

BEST AVAILABLE COPY

The NHK Monthly Report on Broadcast Research

December 1987

<Contents>

Self Fulfillment through Work	(Katsunori Mishima Sigeru Yokoyama Kei Kono)	2
— From the 1987 survey on attitudes of Japanese towards their occupation —		
Growing Anxiety about Old Age		
— From the survey on Japan's aging society —	(Yasuhiro Arai)	10
Audience Rating after the Autumntime Programming	(Rating Survey Group)	20
— From a 1987 survey on audience in Tokyo and neighboring prefectures —		
Changes in TV Program Reviews	(Ken Tsuchiya)	25
— Semiotic analysis of letters from newspaper readers —		
Things about Broadcast Language		36
Overseas News		40
Domestic News		46
Book Review	(Sakae Ishikawa)	48
M.R.Levy(ed.) The VCR Age.		
Publication on Broadcasting		73
<hr/>		
	KO TO BA	35
	Parabora	76
	Index of Contens, 1987	75

七

NHK

昭和62年12月1日発行(毎月1回1日発行)・昭和37年7月16日第三種郵便物認可(通巻43)

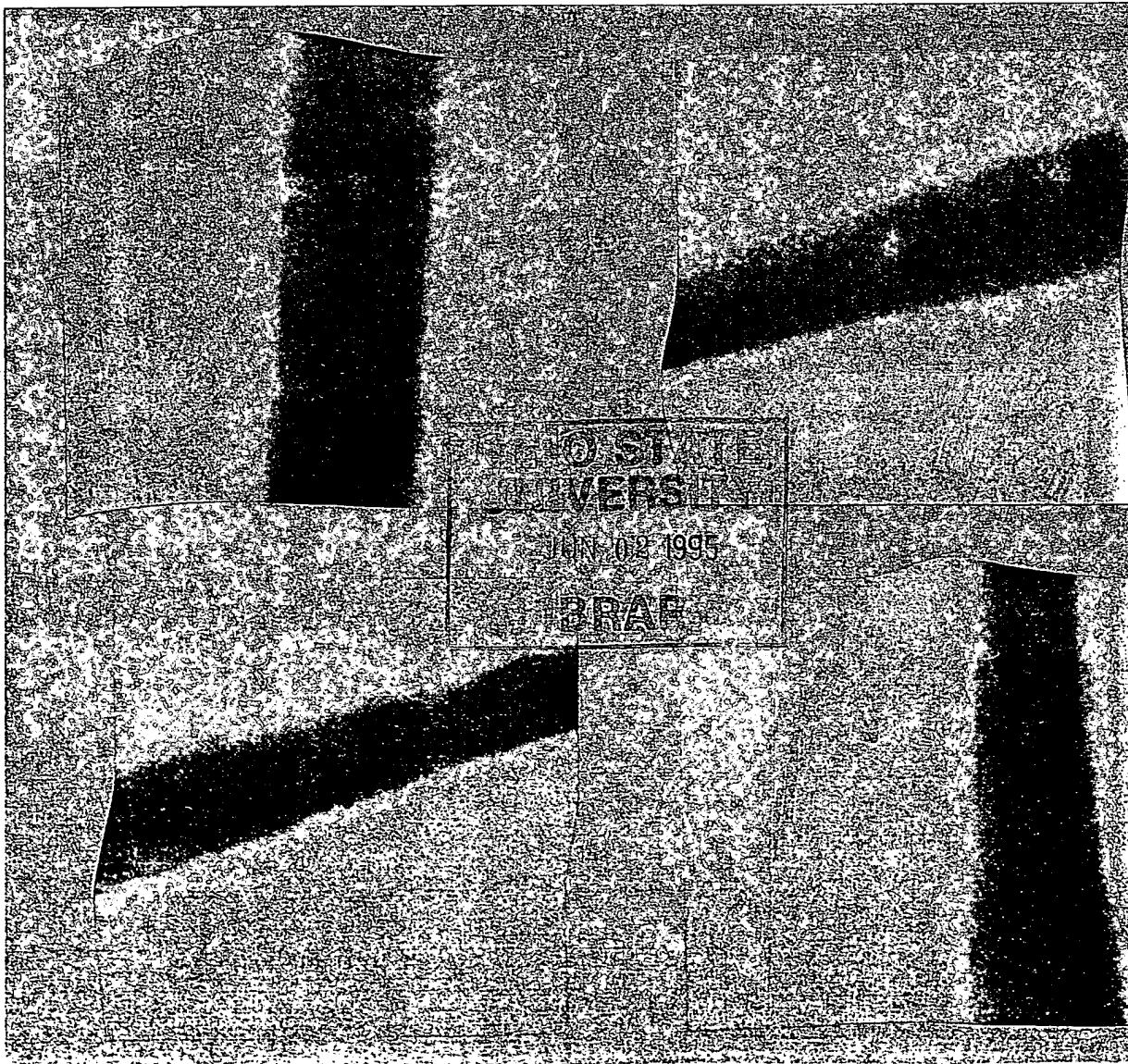
放送研究と調査

1987

12

- ☐ 世論調査レポート 仕事にも求められている『自己実現』
強まる老後への不安
- ☐ テレビ番組評の内容はどのように変わってきたか
- ☐ 秋の番組改定と視聴状況

NHK
放送文化調査研究所



The NHK Monthly Report on Broadcast Research

N H K

放送研究と調査

昭和62年11月1日発行 昭和37年7月16日第三種郵便物認可
第37巻11号 通巻438号

発行 日本放送出版協会

定価450円 雑誌 07835-NP
ISSN 0288-0008

NHK放送文化調査研究所

放送研究と調査

—12月号予告—

- 世論調査レポート
「日本人の職業意識1987」
- 世論調査レポート
強まる老後への不安
—「高齢化社会」調査から—
- 秋の番組改定と視聴状況
—10月関東視聴率調査の結果から—
- テレビ番組評の記号学的分析
—新聞投書を素材として—
- 文献紹介
VCR時代
- 放送のことば／放送関係文献索引
- 海外の放送界／国内の放送界
- ことば・言葉・コトバ／パラボラ
- 1987年総目次

■編集 NHK放送文化調査研究所

NHK年鑑'87

昭和61年4月から62年3月まで1年間のNHK業務全般を記録。「経営」「放送番組」「放送技術・放送施設」「国際交流」「視聴者」「調査研究」など各部門ごとに掲載。放送界の動向、海外の放送事情、各種統計なども広範に編集。

◇目次◇

概況(昭和61年度の放送界とNHK、年誌)／NHK(経営その他)／民間放送／放送文化基金／放送番組向上協議会／放送番組センター／放送大学／放送行政／海外放送事情／統計／便覧(人名録、NHK、民間放送)

●B5判・504ページ ■編集 NHK放送文化調査研究所

放送研究と調査 11月号

昭和62年11月1日発行
定価 450円(〒50円)

「放送研究と調査」のご予約について

購読をご希望のかたは、日本放送出版協会へご予約ください。予約購読料は1か年分5,550円 送料共です。

- 編集 NHK放送文化調査研究所
東京都港区愛宕2-1-1
郵便番号 105 電話03(433)5211(代表)
- 発行 日本放送出版協会
東京都渋谷区宇田川町41-1
郵便番号 150 電話03(464)7311(代表)
振替・東京1-49701
- 印刷 株式会社 啓文堂

それは、パナスの 点火で始まった

～日本・ネパール視聴覚セミナー～

秋山隆志郎（放送研究部）

ケサール・B・ビスタネパール王国教育文化大臣が、舞台正面に設けられた国王、王妃のお写真の前に進みでる。お写真の前には、金色の小さなランプが置いてある。大臣は、そのランプに点火し両陛下に花輪をささげ、拝礼した後、点火されたランプを捧げて、舞台中央のパナス（聖火台）の前に進む。大臣は、ここでおごそかに、ランプの火をパナスに点火し、会場の参加者全員の起立拍手により、二日間のセミナーが始まった。

日本・ネパール幼児教育協力会（JECN）のなが年の懸案であった、日本・ネパール視聴覚セミナーが実現のはこびになったのは、放送文化基金の昭和六一年度後期の助成が決まった今年の三月のことである。

セミナーの実施に伴う事務的な折衝と並行して、日本側で進められたのは、二本のテレビ（ビデオ）番組の制作である。

一つは、幼児向けの人形劇である。ネパールには、まだテレビの学校放送はない。そこで、ネパールの子どもに教育用のビデオを見せ、その模様を公開して、放送教育の重要性を考えてもらおうというのが、セミナーの一つのねらいであった。そのために、人形劇が、日本で制作された。

もう一つの番組は、NHKの学校放送「小学校理科教室」である。どちらも、在日のネパールの人びとの協力によって、ネパール語の番組となった。

国際放送セミナーを実施にこぎつけるまでには、いくつもの難関がある。

第一の難関は、国情・習慣・宗教の違いであろう。日・米のように、すでに長い間の交流経験がある国同志の間では、多くの問題が、すでに解決済みなのかもしれないのであるが、日本・ネパール間では、そうはいかなかった。少なくとも、私にとっては、初体験であった。

冒頭に書いた、「パナス」も、その一つである。開会式の前日にあって、その意味の重要性を教え

られ、あわてて式次第を組みなおした。そのほか、開会式の席次や祝辞の順序にも、ネパール独特のしきたりがあった。

大会第二日には、ネパールの幼稚園児を招いて、ビデオによる公開保育が行われたが、園児の椅子をどうするかということが問題となった。ネパール側の関係者は、ネパールの上流家庭では、床に座る習慣はないというのである。幼児に椅子を用意してほしいという要望が直前になされ、あわてて、三〇人分の椅子を揃えるという一幕があった。結果的には、三〇脚の椅子は無駄になったのであるが……。

第二は、やはり言語の問題である。当初、今回のセミナーに出席するような立場のネパール側の人びとは、全員英語が話せるというところであった。しかし、ネパールで開かれるセミナーで、英語だけというのはおかしいという考えもあり、日本・ネパール語の通訳がつけられることになった。当方の予想どおり、教育文化大臣の演説は、ネパール語であった。

セミナーの前日には、カトマンズの小学校で、「小学校理科教室」

を用いた実験授業を行い、その結果が、セミナー第一日に発表された。

また、ネパール国宮放送局からは、二本の番組が提出された。ひとつは、子ども向けの英語教育番組であったが、もう一つは、これこそネパールならではの番組であった。

あれは、漫談師というのである。セリフもなにもないスタジオに一人の男が立ち、身振りおかしく、ただしやべりまくる番組であった。テレビが始まる前から、カトマンズでは有名な漫談師（？）だという。ネパール語のわからないわかれは、ただボカンと見ているばかりはなかったが、会場のネパールの人たちが、笑いこらげていたところを見ると、さぞおもしろい漫談だったであろう。

今回のセミナーそのものについて報告するには、紙面不足であるが、一つ言えることは、映像教材の提示が、いかに子どもたちの興味関心をよぶかということである。おそらく、生まれて初めて見たであろう教育テレビ番組を注視する、ネパールの子どもたちの表情を、忘れることはできない。

●●●●●●●● 放送関係文献索引 ●●●●●●●●

(9月1日～9月30日)

◆◆ 図 書 ◆◆

- 昭和広告60年史 山川浩一(編) 講談社 '87.7 525p
21世紀のテレビ 小島 明・廣畑一雄・清水正三郎(共著)
国土社 '87.5 190p
放送教育をかえる(放送教育叢書16) 水越敏行・京都放送
教育研究協議会 日本放送教育協会 '87.8 286p
6ch は上方文化や 三上泰生 大阪書籍 '87.9 254p

◆◆ 雑 誌 ◆◆

A 放 送 一 般

- 構築・ニューテレビジョン—ソフトインベーション—その発
想と方法論の徹底研究〈特集〉
新放送文化 7 ('87.10) p.4~39
・「時代の面白さ」をどう創っていくか?〈対論〉(横澤
彰 如月小春) p.5~11
・テレビ番組はかくありたい—私の発想 p.12~25
△たとえば、自衛隊を徹底的に分析した番組がでない
か? (野坂昭如)
△“たった一人のあなただけに送る”というスタンスがあ
っていい (林 泰夫)
△子供番組を変えようとするならハイブローな映像作りが
必要だ (石ノ森章太郎)
△本当の音楽番組は、そこに旬が盛り込まれていなければ
ならない (酒井政利)
・いま、「経済」をどう捉えるか? 〈対論〉(河野尚行
河村有弘) p.16~21
・いま、近接の映像メディアは燃えている—テレビはそこか
ら何を発見しなければならないか? (藤岡伸一郎)
p.26~29
・“使命と業績”の相克に悩むネットワークの現実—アメリ
カ・リポート (内田忠男) p.30~33
・これが日本一のテレビ局だ—究極のタイムテーブル (吉田
仁) p.34~35
・そして、「ニューテレビジョン」—ヘーテレビの未来をどう
構築したらいいのか? (村木良彦) p.36~39
主役は住民、高視聴の有線テレビ—岐阜県国府町(地方から
の報告 43) 月刊自由民主 415 ('87.10) p.196~199
わがEDTV論 河内山重高
メディアRSK 317 ('87.9) p.8~18
ここまで来ている近未来ニューメディア—放送系〈特集〉
新放送文化 7 ('87.10) p.64~81

本誌特別取材班

- ・産業用が先か放送が先か、煮詰まってきたハイビジョンの
実用化計画 p.65~69
・開発開始から15年、“年老いた子ども”ファクシミリ放送
の成熟 p.70~73
・「有料化」めぐり水面下で激論 BS-3民間衛星放送の混
迷 p.74~77
・ついにGOサインが出たFM多重放送の事業展開と可能性
p.77~79
・ラジオ復権を賭けるAMステレオ放送の現状とその行方
p.79~81
マスコミに望む差別克服の姿勢(テレビ私考)
稲葉三千男 放送批評 220 ('87.11) p.8~11

B 放 送 理 論

- 過去の時座からの発想法—KJ法と番組企画(調査研究ノー
ト) 多田哲朗
放送研究と調査 37:10 ('87.10) p.54~61

C 放送の制度・行政

- 21世紀に向けた放送政策の課題は何か?—放送政策懇談会の
報告書から 大森幸男
新放送文化 7 ('87.10) p.90~95
信越管内 電気通信・放送事情 郵政省信越電気通信管
理局 電気通信時報 4:10 ('87.10) p.61~74
E 放 送 事 業
放送事業体の財政基盤と放送番組(調査研究ノート)
村松泰子

放送研究と調査 37:10 ('87.10) p.50~53

- 受け局の主体性はどこまで可能か—高まる地域別ニーズと多
局化政策のなかで(鎌田 慧対談—テレビ現場に向って
2) (ゲスト) 長谷川国夫

・宣伝会議 34:11 ('87.11) p.54~61

F 番組の編成・制作

- TBS参入で本格化した24時間テレビ時代(緊急提言 いま
放送を問う)〈座談会〉 上野 修 爪生 孝
加東康一 島田洋州 ばば こういち 林 冬子
放送批評 220 ('87.11) p.72~77
現場人間の熱を組織はどうバックアップするか?(現場から
の提言 6) 深町幸男
新放送文化 7 ('87.10) p.82~84
市毛良枝—結婚に憧れる“良妻”の素顔(FRAME OUT
2) 足立倫行 新放送文化 7 ('87.10) p.52~55
初演の胸キュンを大切にしてくれ、今思い、願ってい
るのは、そのことだ。(relay essay Television Now 16)
井上 健 調査情報 343 ('87.10) p.4~7

G 番組 (形態別)

- 今夏仙台股販—独眼竜政宗・七夕・東北博そして地下鉄
(JNNからの発言) 内ヶ崎末雄
調査情報 343 ('87.10) p.64~66
アナウンサー冥利の生ワイド—中部日本放送の巻 (LOCAL
RADIO NETWORK) 中島公司
放送批評 220 ('87.11) p.50~53
ラジオの「カラー化宣言」—ニッポン放送編成局長・稲葉
照典氏に聞く 広告 28:5 ('87.9) p.10~13
「報道の時代」とドキュメンタリー〈特集〉
月刊民放 17:9 ('87.9) p.6~31
・キャスターでなく「ニュース内容」がウケる工夫を—民放
“報道の時代”への期待と注文(山田宗睦) p.6~9
・幅広いテーマをタイムリーに追う—内部論議を尽くし、
「いま」を映す—ネット・ドキュメンタリー p.10~18
△「鋭い切り口」示し、論議を呼び起こす『JNN報道
特集』(日, 18:00~18:54) (小笠原紀利)
△各社作品ふえ、共同でシリーズ企画も—『ドキュメント
'87』(日, 23:55~0:25) (菊池浩佑)
△現代を生き抜くための“情報”に主眼—『ザ・ドキュメ
ント タイム & タイド』(日, 8:30~9:00)=現, ド
キュメンタリー『日本ストリート物語』(森永 勉)
△制作者の“眼と志”結実へ、手法開発も—『NHK 特
集』(月・金, 20:00~20:45・日, 21:00~21:45)
(和田光弘)
・オーソドックスに問題を掘り下げる—ローカル・ドキュメ
ンタリー p.19~27
△「古いタイプ」を頑固に守る—『映像80』(小林章良)
△沖縄の政治・文化両面を追求—『RBC特集報道部発』
(玉城朋彦)
△「地方」を通して日本を見る—『クローズアップ'87』
(大西五郎)

- △気取らず、わかりやすく制作—『HTB報道特集』
(西尾克彦)
- △制作者の熱い息遣い伝える—『ザ・スペシャル』
(山内公明)
- △何より“記録性”を重視して—『ドキュメントα』
(辻本晃一)
- ・英国のドキュメンタリー事情—制作に日数かけ、“芸術性”
を追求—依然フィルムが主流(諫山 修) p.28~31
- H 番組 (種目別)**
- 大型ニュースとナマワイドが登場—新たな“競争の時代”に
入る報道・情報系番組(民放10月改編の話題)
月刊民放 17:9('87.9) p.32~35
- ・専任記者を配しわかりやすく—JNN『ニュース22・プラ
イムタイム』(月~金, 22:00~22:54, 25局ネット)
—TBS・志南 博報道局長に聞く p.33
- ・視聴者の視線で演出の工夫も—『ANN ニュースシャ
トル』(月~金, 19:00~20:00, 13局ネット)—テレビ
朝日・高瀬有宏報道局長に聞く p.34
- ・“受け手勝手な情報”満載して—NTV系『今なにしてい
る!? おもいっきりテレビ』(月~金, 正午~15:45,
13局完全ネット)—NTV・仁科俊介社会情報局次長に
聞く p.35
- 戦争とテレビジョン〈特集〉
- 放送批評 220('87.11) p.16~38
- ・多角的に戦争をとらえた15時間余—8月15日のNHK総合
(林 冬子) p.16~19
- ・終戦特番がむしろ戦争を風化させる—8月15日の日本テレ
ビ(大野三郎) p.20~21
- ・日本人の戦争意識がうつった編成—8月15日のTBS
(伊藤 強) p.22~23
- ・夢列島に“戦争”なんかないぞ—8月15日のフジテレビ
(加東康一) p.24~25
- ・42年前の記録より明日の視聴率—8月15日のテレビ朝日
(島田洋州) p.26~27
- ・放送なら出来る, 日米コミュニケーション—テレビ東京終
戦特番〈日米衛星討論・42年目の経済戦争〉
(ばば こういち) p.28~38
- スポーツ番組をめぐって(視線と解体 2) 吉本隆明
調査情報 343('87.10) p.16~18
- テレビドラマの美学 鳥山 弘
ドラマ 9:10('87.10) p.20~23
- 痛快時代劇の本流をめざす—新番組『三匹が斬る!』 杉崎
保氏にきく(ドラマ冬の時代をどう闘うか 5)
杉崎 保 放送批評 220('87.11) p.44~49
- J 放送と教育**
- メディアミックスにおける放送番組の位置づけ……〔提案〕
(新しい教育を拓くために 討論のひろば)
- 吉田貞介 放送教育 42:7('87.10) p.14~19
- 編集作業での映像と音の世界(ビデオ教材自作のポイント
7) 八重樫克羅
放送教育 42:7('87.10) p.80~84
- 情報化社会と人間化(放送と教育 今月の提言)
坂元 早 放送教育 42:7('87.10) p.11~13
- 放送教育を支える物的条件(高桑康雄の放送教育ゼミ 6)
高桑康雄 放送教育 42:7('87.10) p.30~35
- 第38回放送教育研究会(福井大会)のめざすもの〈特集〉
放送教育 42:7('87.10) p.54~61
- ・日々の実践を土台に新しい放送教育の追求(高橋哲郎)
p.54~58
- ・福井大会のみどころ(福井大会総合事務局) p.58~61
- 人間性の積極的育成への期待(教育変革の時代と視聴覚教育
—その原点を探る 6) 島田啓二
- 視聴覚教育 41:9('87.9) p.46~49
- 「討論のひろば」を読んで
放送教育 42:7('87.10) p.19~23
- ・番組と利用の多様性についての討論を(村川雅弘)
p.19~20
- ・良きものを残し新たな分野を加えて(溝内玲子) p.21~22
- ・研究者, 番組制作者が忘れてはならないこと—教師が利用
者(平沢 茂) p.22~23
- 「ナマ・丸ごと・継続」論の系譜(教育探訪)
児玉邦二 放送教育 42:7('87.10) p.24~29
- 放送教育に打ちこんで—わかる授業の推進をめざして(放送
学習実践物語) 浮田利朗
放送教育 42:7('87.10) p.86~91
- 「みてごらん」の制作現場から(保育と放送)
・齋藤健作 放送教育 42:7('87.10) p.44~47
- K 放送の規制と評価**
- テレビの現場を犯すのは, 内なる過剰な自主規制だ—「免許」
の影におびえる局内体制(鎌田 慧対談 テレビ現場に向
って 1) (ゲスト) 小田昭太郎
宣伝会議 34:10('87.10) p.48~55
- M 放送 広告**
- 技術を横系, 人を縦系に冒険(スポンサーにおける広告社会
学 175 日本電装) 高橋呉郎
調査情報 343('87.10) p.52~57
- N 視聴者**
- 子どもたちはどのようにテレビや絵本に接しているか(1)
浅井真慧
放送研究と調査 37:10('87.10) p.24~31
- P 世界の放送事情**
- 発展途上国における教育放送—世界銀行の窓口から(海外教
育放送事情) 二神重成
放送教育 42:7('87.10) p.48~52
- 中国の放送制度—その地域的構造 富崎 哲
放送研究と調査 37:10('87.10) p.32~35
- アメリカにおける文字放送の法的地位—連邦高裁の判決を中
心に 中村皓一
放送研究と調査 37:10('87.10) p.18~23
- Q 放送と世界**
- 「国際部門」(放送局 その知られざるポジション 3)
第1部・ルポ編 小田桐 誠
第2部・解説編 川竹和夫
新放送文化 7('87.10) p.44~51
- 衛星放送のすべて—24時間ワールド情報の時代が来た
〈特集〉 月刊ウィークス 4:1('87.10) p.16~51
- ・ワールドニュースの発信基地を見た—ニューヨーク, ロン
ドン, パリ, 東京ほか p.18~31
- ・“衛星にリクエスト”—海外のニュースを存分にお見せし
たいですね〈対談〉(平野次郎 猪口邦子) p.32~38
- ・音楽・映画・スポーツファンに贈るBS(衛星放送)シス
テムガイド p.39~47
- ・注目の衛星放送の新展開を尾畑・初代局長に直撃インタビ
ュー p.48~51
- 衛星放送番組と言語変換—ヨーロッパの場合 上野正英
放送研究と調査 37:10('87.10) p.2~17
- 「衛星放送」はすべての既成概念を突き抜けた「放送」だ
—24時間衛星放送スタート 鈴木幹夫
新放送文化 7('87.10) p.60~63
- R 放送技術・通信工業**
- 当面は, テレビ放送視聴にプラスの作用—進む, 受像機のリ
モコン化・大型化 伊豫田康弘
月刊民放 17:9('87.9) p.40~43
(図書室)

奈良県民意識調査 単純集計結果

1. 調査時期 昭和62年7月4日(土), 5日(日)
2. 調査方法 個人面接法
3. 調査相手 16歳以上の奈良県民・600人
(12人×50地点)
4. 調査有効数(率) 439人(73.2%)

—ここは住みよい—

第1問 ひとことで言って、あなたが今住んでいる所は、住みよい所だと思いますか。それとも住みにくい所だと思いますか。リスト1のどれに当たるでしょうか。

- | | |
|--------------|-------|
| 1. 非常に住みよい | 28.7% |
| 2. まあまあ住みよい | 62.4 |
| 3. やや住みにくい | 7.5 |
| 4. 非常に住みにくい | 0.7 |
| 5. わからない、無回答 | 0.7 |

第2問〔第1問が「1, 2」の人に〕

では、どういう点が「住みよい」と思いますか。リスト2の中から、あてはまるものをいくつかもお答えください。

- | | |
|------------------------|-------|
| ア. 自然環境がよい | 62.4% |
| イ. 古社寺・旧跡・名勝が多い | 25.3 |
| ウ. 公害が少ない | 45.6 |
| エ. 災害が少ない | 26.2 |
| オ. 住みなれているから | 32.1 |
| カ. 交通が便利 | 33.0 |
| キ. 教育環境に恵まれている | 9.1 |
| ク. 買い物に便利 | 24.8 |
| ケ. 人情がよい | 22.6 |
| コ. 物価が安い | 2.5 |
| サ. 公民館など社会教育施設がととのっている | 10.0 |
| シ. 医療施設がととのっている | 11.2 |
| ス. 娯楽施設がととのっている | 1.4 |
| セ. その他、わからない、無回答 | 0.7 |
| ソ. 非該当 | 8.9 |

第3問〔第1問が「3, 4」の人に〕

では、どういう点が「住みにくい」と思いますか。リスト3の中から、あてはまるものをいくつかもお答えください。

- | | |
|-------------------------------|------|
| ア. 自然環境がよくない | 0.2% |
| イ. 法律上の制約(古都保存法, 風致地区など)が多すぎる | 0.2 |
| ウ. 公害が多い | 0.2 |
| エ. 災害が多い | 0.0 |
| オ. 住みなれていないから | 0.7 |
| カ. 交通が不便 | 5.2 |
| キ. 教育環境に恵まれていない | 2.1 |
| ク. 買い物に不便 | 3.9 |
| ケ. 人間関係がよくない | 2.5 |
| コ. 物価が高い | 0.9 |

- | | |
|--------------------|------|
| サ. 公民館など社会教育施設が不十分 | 1.6 |
| シ. 医療施設がととのっていない | 1.8 |
| ス. 娯楽施設が不十分 | 2.7 |
| セ. その他、わからない、無回答 | 0.2 |
| ソ. 非該当 | 91.8 |

—奈良県が好き—

第4問 あなたは、奈良県という所が好きですか。それとも好きではありませんか。リスト4の中からお答えください。

- | | |
|--------------------|-------|
| 1. 好き | 52.4% |
| 2. どちらかといえば、好き | 35.8 |
| 3. どちらかといえば、好きではない | 8.0 |
| 4. 好きではない | 1.6 |
| 5. わからない、無回答 | 2.3 |

第5問〔第4問が「1, 2」の人に〕

では、あなたが奈良県で特に好きな点は何ですか。リスト5の中からいくつでもお答えください。

- | | |
|--------------------|-------|
| ア. 気候 | 26.0% |
| イ. 自然の風景や名所 | 63.6 |
| ウ. 人情 | 15.5 |
| エ. 歴史や文化財 | 50.6 |
| オ. 伝統行事・郷土芸能やお国ことば | 14.4 |
| カ. 食べものや特産品 | 6.4 |
| キ. 新しい文化 | 1.6 |
| ク. 経済的活気 | 3.2 |
| ケ. その他 | 0.5 |
| コ. わからない、無回答 | 1.8 |
| サ. 非該当 | 11.8 |

—県人意識・県民性—

第6問 あなたは、奈良県人だという気持ちをお持ちですか。

- | | 前回 | 今回 |
|--------------|-------|-------|
| 1. はい | 61.7% | 62.6% |
| 2. いいえ | 33.9 | 24.1 |
| 3. どちらともいえない | 3.5 | 11.2 |
| 4. わからない、無回答 | 0.9 | 2.1 |

第7問 それでは、リスト6にあげた事柄について、あなたのお考えをうかがいたと思います。AからIまでのそれぞれについて、「そう思う」とか「そうは思わない」とかお答えください。

- | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|--|
| A. 地元の行事や祭りには、積極的に参加したい | | | |
| | 前回 | 今回 | |
| 1. そう思う | 44.5% | 48.3% | |
| 2. そうは思わない | 38.1 | 36.4 | |
| 3. どちらともいえない | 16.4 | 13.2 | |
| 4. わからない、無回答 | 1.0 | 2.1 | |
| B. 地元の面倒をよくみる政治家を、もりたてていきたい | | | |
| | 前回 | 今回 | |
| 1. そう思う | 66.5% | 53.1% | |
| 2. そうは思わない | 17.0 | 31.0 | |
| 3. どちらともいえない | 9.7 | 12.5 | |
| 4. わからない、無回答 | 6.8 | 3.4 | |
| C. いわゆる「新住民」ということは、よくない | | | |

1. そう思う	51.9%	2. 高等学校	3.2	4.1
2. そうは思わない	26.2	3. 専門学校・各種学校	0.5	0.9
3. どちらともいえない	9.3	4. 短期大学	0.2	8.0
4. わからない、無回答	12.5	5. 四年制大学・大学院	18.7	8.4
D. この土地のことが好きだ		6. 中学生以下の子どもはいない	74.9	76.8
	前回 今回	7. わからない、無回答	1.1	0.7
1. そう思う	32.7%	40.1%	第9問〔第8問のAかBが「4, 5」の人に〕	
2. そうは思わない	40.1	38.3		
3. どちらともいえない	22.7	15.7		
4. わからない、無回答	4.4	5.9		
E. 多少自分の考えに合わない点があっても、みんなの意見に合わせたい			A. 〔男の子が「4, 5」の人に〕	
	前回 今回		B. 〔女の子が「4, 5」の人に〕	
1. そう思う	71.0%	68.6%	なぜ大学教育が必要だとお考えですか。リスト8の中から、あなたのお考えに最も近いものをお答えください。	
2. そうは思わない	16.6	21.6	A. 男の子 B. 女の子	
3. どちらともいえない	11.6	8.0	1. 就職に有利だから	5.0% 1.1%
4. わからない、無回答	0.8	1.8	2. 結婚に有利だから	0.0 1.6
F. 昔からあるしきたりは、尊重すべきだ			3. つかせたい職業に必要なから	3.2 1.6
	前回 今回		4. 人生を豊かにするため、教養が必要だから	9.3 10.7
1. そう思う	57.1%	63.6%	5. みんなが行くから	0.7 0.7
2. そうは思わない	19.1	19.4	6. その他	0.5 0.2
3. どちらともいえない	22.9	13.7	7. わからない、無回答	0.2 0.5
4. わからない、無回答	0.9	3.4	8. 非該当	81.1 83.6
G. 仕事や生活の上で、新しいことを積極的に取り入れたいほうだ			暮らし向きにゆとりがあるかー	
	前回 今回		第10問 お宅の暮らし向きは、世間一般に比べて、リスト9の中のどれに近いでしょうか。	
1. そう思う	71.7%	77.4%		前回 今回
2. そうは思わない	16.2	12.1	1. ゆとりがあるほうだ	8.2% 10.3%
3. どちらともいえない	11.2	8.4	2. 多少ゆとりがあるほうだ	59.1 59.5
4. わからない、無回答	0.9	2.1	3. やや苦しいほうだ	26.6 24.6
H. 年上の人のいうことには、自分をおさえても従うほうがよい			4. 苦しいほうだ	4.2 3.0
	前回 今回		5. わからない、無回答	1.9 2.7
1. そう思う	41.0%	39.6%	一かなりの財産はどうするのがよいかー	
2. そうは思わない	34.5	37.4	第11問 仮に、お宅にかなりの財産があるとします。あなたは、その財産をどのようにするのがよいと思いますか。リスト10の中から、あなたのお考えに最も近いものをお答えください。	
3. どちらともいえない	24.0	21.4	1. 減らさないように、あくまで守って行く	18.5%
4. わからない、無回答	0.4	1.6	2. 多少は減らしても、家族の幸せのために活用する	62.4
I. はじめての人に会うのは、気が重いほうだ			3. 事業に投資するなど、積極的に増やすことを考える	11.2
	前回 今回		4. 社会のために役立てる	4.3
1. そう思う	42.5%	39.0%	5. その他	0.5
2. そうは思わない	51.4	51.0	6. わからない、無回答	3.2
3. どちらともいえない	5.8	8.9	一生活上、充実させたいものー	
4. わからない、無回答	0.3	1.1	第12問 あなたのこれからの生活で、特に充実させたいものは何でしょうか。リスト11の中から一つだけ選んでください。	
一子どもの学歴ー				前回 今回
第8問 話は変わりますが、あなたは中学生以下のお子さんをお持ちですか。			1. 着るもの	2.7% 1.6%
〔持っている人に〕それは男の子ですか、それとも女の子ですか。			2. 食べもの	7.5 10.0
A. 〔男の子がいる人に〕			3. 住まい	34.5 28.2
B. 〔女の子がいる人に〕				
あなたはその子に、どこまでの学歴が必要だと考えますか。リスト7の中からお答えください、				
A. 男の子 B. 女の子				
1. 義務教育	1.4%	1.1%		

世論調査レポート 単純集計結果

4. 車や家具などの耐久消費財	5.2	4.6
5. レジャー、娯楽、教養	24.0	35.1
6. 教育	19.7	9.3
7. コンピューターなどの情報機器	—	4.8
8. その他	0.4	2.3
どれともいえない	4.7	—
9. わからない、無回答	1.2	4.1

一市町村政一

第13問 まず、あなたは、お住まいの〔市、町、村〕の政治に満足していますか。それとも満足していませんか。リスト12のどれに当たるといえるでしょうか。

1. とても満足している	3.2%
2. ある程度満足している	49.0
3. あまり満足していない	34.9
4. 全然満足していない	7.1
5. わからない、無回答	5.9

第14問 では、あなたは、お住まいの〔市、町、村〕の政治は、自分たちが動かしていると思いますか。それとも、そうは思いませんか。リスト13の中からお答えください。

1. そう思う	3.6%
2. どちらかといえば、そう思う	12.1
3. どちらかといえば、そうは思わない	42.8
4. そうは思わない	35.8
5. わからない、無回答	5.7

一関心のある政治レベル一

第15問 あなたは、国の政治、県の政治、市町村の政治のうち、どれにいちばん関心をお持ちですか。

	前回	今回
1. 国の政治	41.8%	45.1%
2. 県の政治	8.7	6.8
3. 市町村の政治	36.9	36.9
4. どれともいえない	5.5	4.6
5. どれにも関心がない	3.8	3.6
6. わからない、無回答	3.4	3.0

一置県 100 年への評価一

第16問 奈良県は、今年、県ができて 100 年になりますが、この 100 年の変化を、あなたはどのようにお考えですか。リスト14の中からあなたのお気持ちに当てはまるものを、いくつでもお答えください。

ア. 伝統文化、歴史遺産を大切にしてきた	61.3%
イ. 伝統文化、歴史遺産を大切にすぎた	7.3
ウ. 経済が順調に発展した	12.8
エ. 経済発展が立ち遅れた	23.7
オ. 自然環境が保護されてきた	36.9
カ. 自然環境が進んだ	18.9
キ. 教育環境が充実した	20.5
ク. 教育環境の整備が遅れた	8.7
ケ. 福祉が充実した	19.8
コ. 福祉が立ち遅れた	12.1
サ. 社会教育面の施設（公民館など）の整備が進んだ	26.0

シ. 社会教育面の施設（公民館など）の整備が遅れた	8.7
ス. 交通の便がよくなった	39.2
セ. 交通網の整備が遅れた	21.9
ソ. その他、わからない、無回答	7.7

一奈良県の将来像一

第17問 あなたは、奈良県が将来、どのような県になったらよいとお考えですか。リスト15の中からあなたのお考えに近いものを、二つまでお答えください。

1. 自養や名所・旧跡の保護につとめ、国民の保護地にする	38.3%
2. 県全域の観光開発をはかり、総合レジャー県にする	13.2
3. 海外との文化交流を積極的にすすめ、国際的な県にする	16.6
4. 野菜・米・木材などの生産を増やし、農林業中心の県にする	10.3
5. 公害の少ない企業を誘致して、工業県にする	8.2
6. 大学や研究機関を誘致して、日本の文化・学術の中心県にする	28.2
7. 歴史遺産の保護につとめ、日本人の心のふるさととしての役割をになう県にする	41.5
8. 高齢化社会になることをみこして、老人の住みよい県にする	31.4
9. その他	0.0
10. わからない、無回答	1.8

一国際文化観光県一

第18問 奈良県は「国際文化観光県」を目指していますが、あなたは、このことを知っていますか。リスト16の中からお答えください。

1. よく知っている	12.8%
2. 多少は知っている	41.5
3. 知らない	44.4
4. わからない、無回答	1.4

一人口流入は望ましいか一

第19問 あなたは、他府県からの人口流入は、望ましいと思いますか。それとも望ましくないと思いますか。リスト17の中からお答えください。

1. 望ましい	27.6%
2. どちらかといえば、望ましい	36.9
3. どちらかといえば、望ましくない	21.2
4. 望ましくない	6.8
5. わからない、無回答	7.5

第20問〔第19問が「1. 2」の人に〕

では、あなたが人口流入を望ましいとお考えになる理由は何でしょうか。リスト18の中からいくつでもお答えください。

ア. 県民の視野が広がる	34.2%
イ. 経済が活性化される	29.8
ウ. 文化・教育が向上する	24.4

エ. 都市開発がすすみ、生活が便利になる	30.5
オ. 県のイメージアップにつながる	10.7
カ. 公共施設が充実する	17.1
キ. その他	0.9
ク. わからない、無回答	0.9
ケ. 非該当	35.5

第21問〔第19問が「3, 4」の人に〕

では、あなたが人口流入を望ましくないとお考えになる理由は何でしょうか。リスト19の中からいくつでもお答えください。

ア. 落ち着いた雰囲気なくなる	11.8%
イ. 地域の連帯感が薄れる	7.1
ウ. 道路の渋滞や騒音が増える	12.5
エ. 住宅の過密化につながる	13.0
オ. 歴史遺産や自然の破壊がすすむ	11.8
カ. その他	0.2
キ. わからない、無回答	0.5
ク. 非該当	72.0

—なら・シルクロード博—

第22問 あなたは、来年の4月から、奈良公園を中心に「なら・シルクロード博」が開かれることを知っていますか。

1. 知っている	95.0%
2. 知らない	4.6
3. わからない、無回答	0.5

第23問〔第22問が「1」の人に〕

あなたは、それを何で知りましたか。リスト20の中からいくつでもお答えください。

ア. NHKのテレビ・ラジオ	49.9%
イ. 民放のテレビ・ラジオ	28.0
ウ. 県・市町村の広報	54.9
エ. ポスター・パンフレット	46.0
オ. 新聞・雑誌	49.2
カ. その他	6.2
キ. わからない、無回答	0.5
ク. 非該当	5.0

第24問〔第22問が「1」の人に〕

あなたは「なら・シルクロード博」に行きますか。それとも行きませんか。リスト21の中からお答えください。

1. 必ず行く	28.7%
2. 行くつもりでいる	39.0
3. まだ決めていない	21.6
4. 行くつもりはない	4.6
5. わからない、無回答	1.1
6. 非該当	5.0

第25問〔第24問が「1, 2」の人に〕

では、あなたが「なら・シルクロード博」に行きたいと思うのはなぜですか。リスト22の中からいくつでもお答えください。

ア. シルクロードに関心があるから	26.7%
イ. 奈良県で開かれる博覧会だから	36.2

ウ. シルクロードと日本文化の関係が知りたいから	34.2
エ. 展示物などに魅力があるから	24.8
オ. 博覧会のような催し物が好きだから	9.3
カ. みんなが行くから	4.1
キ. その他	1.4
ク. わからない、無回答	0.7
ケ. 非該当	32.3

第26問〔第24問が「4」の人に〕

では、あなたが「なら・シルクロード博」に行きたくないのはなぜですか。リスト23の中からいくつでもお答えください。

ア. シルクロードに関心がないから	1.4%
イ. 博覧会そのものに興味がないから	1.6
ウ. 人混みがいやだから	1.4
エ. 入場料が高いから	0.5
オ. 展示物など内容に魅力がないから	0.2
カ. 交通が混雑するから	0.2
キ. その他	1.6
ク. わからない、無回答	0.0
ケ. 非該当	95.4

第27問〔第22問が「1」の人に〕

「なら・シルクロード博」は、奈良県にどのような効果をもたらすと思いますか。リスト24の中から、最も効果をもたらすと思われるものを一つだけあげてください。

1. 地域の産業・経済が発展する	8.2%
2. 地域の文化・芸術が振興する	19.8
3. 地域のイメージアップがはかれる	23.2
4. 国際化が進む	12.3
5. 地域の連帯意識が高まる	3.2
6. 観光客が増える	21.0
7. その他	0.5
8. わからない、無回答	6.8
9. 非該当	5.0

—関西三大プロジェクト—

第28問 リスト25には、今、関西ですすめられている三つの大型プロジェクトがのっています。この中で、あなたが最も関心のあるものはどれでしょうか。

1. 関西文化学術研究都市	20.7%
2. 関西新空港	37.1
3. なら・シルクロード博	32.3
4. とくにない	5.5
5. わからない、無回答	4.3

第29問 では、これらのプロジェクトは、今後あなたの生活の上で、よい効果が期待できると思いますか。三つのそれぞれについて、「期待できる」とか「期待できない」とかお答えください。

A. 関西文化学術研究都市	
1. 期待できる	48.1%
2. 期待できない	19.8
3. どちらともいえない	13.0

世論調査レポート 単純集計結果

4. わからない、無回答	19.1
B. 関西新空港	
1. 期待できる	60.8%
2. 期待できない	16.2
3. どちらともいえない	11.2
4. わからない、無回答	11.8
C. なら・シルクロード博	
1. 期待できる	57.2%
2. 期待できない	15.7
3. どちらともいえない	17.5
4. わからない、無回答	9.6

—暮らしの情報の入手メディア—

第30問 あなたは、日常の暮らしに必要な情報を、何から入手していますか。リスト26の中から二つまでお答えください。

1. テレビ	83.8%
2. ラジオ	8.9
3. 新聞	83.1
4. 雑誌	5.7
5. 県や市町村の広報	10.5
6. 家族や知人の話	5.2
7. その他	0.2
8. わからない、無回答	0.2

—県外の関心地域—

第31問 あなたは、奈良県以外では、どのニュースや話題に関心がありますか。リスト27の中からいくつでもお答えください。

ア. 東京都	46.9%
イ. 大阪府	73.3
ウ. 京都府	20.3
エ. 兵庫県	10.0
オ. 和歌山県	7.3
カ. 滋賀県	3.0
キ. 三重県	5.2
ク. 東海・北陸	4.1
ケ. 関東・甲信越（東京を除く）	5.7
コ. 東北・北海道	3.9
サ. 中国・四国	6.8
シ. 九州	6.8
ス. 海外	35.3
セ. わからない、無回答	8.2

—ニューメディア—

第32問 最近「ニューメディア」ということばがよく聞かれますが、あなたはニューメディアについて関心がありますか。

1. 関心がある	36.2%
2. 関心がない	36.2
3. どちらともいえない	8.9
4. わからない、無回答	18.7

第33問〔第32問が「1」の人に〕

それでは、リスト28にのっているもののうち、あなたが最

も関心のあるのはどれでしょうか。

1. 衛星放送	18.5%
1. 文字放送	1.8
3. キャプテンシステム	7.5
4. ケーブルテレビ（CATV）	4.1
5. ハイビジョン	1.6
6. ビデオパッケージ	1.8
7. その他	0.0
8. わからない、無回答	0.9
9. 非該当	63.8

—最も好きな県内の祭りや行事—

第34問 まず、リスト29にあげた奈良県の祭りや行事のうちから、あなたの最も好きなものをお選びください。

	前回	今回
1. お水取り	23.4%	37.6%
2. 若草山焼き	29.4	24.6
3. 春日舞楽	0.5	0.5
4. 吉野の花供会式	6.1	3.2
5. 当麻の練供養	2.1	2.7
6. 新 能	3.5	2.5
7. 鹿の角切り	2.2	3.0
8. 正倉院展	11.4	11.6
9. 春日若宮おんまつり	10.8	7.3
10. この中にはない	3.4	3.9
11. わからない、無回答	7.3	3.2

—好きな県内観光地—

第35問 また、リスト30にあげた奈良県の観光地で、あなたのお好きな所を二つまであげてください。

	前回	今回
1. 奈良公園（東大寺、春日大社、興福寺、若草山を含む）	59.1%	61.7%
2. 吉 野	16.9	21.2
3. 長谷・室生	18.4	20.0
4. 斑 鳩	10.0	6.6
5. 橿原・飛鳥	17.3	17.5
6. 西の京	7.8	8.7
7. 大台・大峰	15.5	15.9
8. 柳生・月ヶ瀬	7.7	6.2
9. 十津川	8.6	10.5
10. 山の辺	9.4	7.1
11. 当 麻	1.3	1.4
12. 信貴・生駒	8.1	8.2
13. 金剛・葛城	5.6	4.1
14. 曾爾・俱利伽羅	4.2	1.8
15. この中にはない、わからない、無回答	1.7	0.9

—文化財への関心の程度—

第36問 奈良県は古墳などの文化財に恵まれた県ですが、あなたは、こうした文化財にどの程度関心をお持ちですか。

リスト31の中からお答えください。

1. おおいに関心を持っている	18.9%
2. 多少は関心を持っている	57.2

3. あまり関心を持っていない 20.5
 4. まったく関心を持っていない 3.0
 5. わからない、無回答 0.5

一保護か開発かー

第37問 それでは、文化財の保護と開発の問題について、いくつかご意見をうかがいます。リスト32のAからDまでのそれぞれについて、「そう思う」とか「そうは思わない」とかお答えください。

A. 平城宮跡は今の状態で保存すべきだ

1. そう思う 80.9%
 2. そうは思わない 8.9
 3. どちらともいえない 4.6
 4. わからない、無回答 5.7

B. 明日香村には、これ以上観光開発などの手を加えないほうがよい

1. そう思う 71.1%
 2. そうは思わない 11.6
 3. どちらともいえない 8.7
 4. わからない、無回答 8.7

C. 奈良県は文化財保護のための法律上の制約が多すぎ、開発の障害になっている

1. そう思う 38.3%
 2. そうは思わない 39.6
 3. どちらともいえない 8.2
 4. わからない、無回答 13.9

D. 文化財保護のためなら、開発が遅れてもやむを得ない

1. そう思う 51.7%
 2. そうは思わない 30.3
 3. どちらともいえない 9.6
 4. わからない、無回答 8.4

一主な生育府県一

第38問

A. あなたは、15歳ごろまで、主に何県で育ちましたか。リスト33の中からお答えください。

B. C. また、あなたのお父さんとお母さんについても、それぞれ同じリストでお答えください。〔結婚している人の場合は、実の父親・母親〕

	A. 本人	B. 父親	C. 母親
1. 奈良県	53.8%	48.5%	46.0%
2. 大阪府	15.9	13.7	13.0
3. 京都府	2.7	2.5	3.9
4. 兵庫県	3.6	3.4	3.4
5. 和歌山県	2.1	2.5	2.7
6. 滋賀県	0.2	0.7	0.5
7. 三重県	2.5	2.7	3.4
8. 東海・北陸	1.6	2.3	3.0
9. 関東・甲信越	2.5	3.0	3.2
10. 東北・北海道	1.1	1.4	1.1
11. 中国・四国	8.7	12.3	12.3
12. 九州	3.6	4.6	5.5
13. 海外	0.7	0.5	0.5
14. わからない、無回答	0.9	2.1	1.6

一転入者の県内居住年数一

第39問〔第38問のAが「1」以外の人〕

あなたは、奈良県にお住まいになって何年ぐらいいなりですか。リスト34の中からお答えください。

1. 3年未満 4.1%
 2. 3～7年未満 7.1
 3. 7～15年未満 15.3
 4. 15～25年未満 13.2
 5. 25年以上 5.5
 6. わからない、無回答 1.1
 7. 非該当 53.8

一職場や学校は県内か県外か一

第40問

A. 主な生計維持者の方の通勤先とかお仕事の場所はどちらですか。府県名でお答えください。

B. では、あなたご自身の通勤・通学先やお仕事の場所はどちらですか。府県名でお答えください。

A. 主な生計維持者 B. 本人

1. 奈良県	49.9%	42.6%
2. 大阪府	36.4	18.5
3. 京都府	2.3	1.8
4. 兵庫県	0.7	0.9
5. その他の県	1.8	0.9
6. 職業を持たず、 通学もしていない	4.6	34.2
7. わからない、無回答	1.1	1.1

サンプル構成

全 体	性		年 層			
	男	女	16歳～	30歳～	40歳～	55歳～
439人	204	235	83	102	140	114
100.0%	46.5	53.5	18.9	23.2	31.9	26.0

職 業				生 育 地		
専任・専業 経営・役員	労働者*	無職者*	専任・専業 学生・その他	生計個人*	単身者*	転入者
77	153	166	43	179	57	199
17.5	34.9	37.8	9.8	40.8	13.0	45.3

地 域 A				地 域 B	
奈良市	県西北 地区	県中部 地区	その他	人口急増 地域	それ以外 の地域
119	163	141	16	258	181
27.1	37.1	32.1	3.6	58.8	41.2

県外通勤者の家庭：		その他の家庭		不
県外通勤・通学*	その他	県外通勤・通学*	その他	明
88	93	6	232	20
20.0	21.2	1.4	52.8	4.6

* 家庭婦人＋無職
 ※ 両親とも奈良県生まれ
 ※ 生計以外
 の奈良県生まれ
 ※ 主たる生計維持者の通勤先や仕事の場所が県外の家庭
 ★ 本人の通勤・通学先が県外の調査相手

がジャーナリズム・文化・学術機関の代表者から選ばれ、三人が、老人、障害者、外国人労働者というマイノリティ・グループの代表である。

シュトックは、社会的、文化的団体が重視されることは、それらが「放送の機能」にとって重要だからと考える。

放送協会長の財務と人事面での業務の執行を監督する（番組の領域を除く）管理委員会の構成も再編成されている。

管理委員会の九人のメンバーのうち七人は、放送委員会によって選出されるが、二人のメンバーは、放送協会の被用者の代表機関である職員協議会によって選ばれる。彼等は、番組に直接かわることがらについては、聴聞権だけを持っているのにすぎないが、その他の事案については投票権を行使できる。

職員の協議権の拡大とは別個に、専門的な職能集団（労働組合ではない）としての番組制作者の自律性が拡大されたことが、この放送法の大きな特徴である。

番組制作者の自律性の保障

放送協会が、「自由な意見形成の媒体および要因」として機能するためには、メディアの組織内部に一定程度の専門的自律性が確立されなくてはならない。

シュトックは「それにふさわしい組織上および手続上の法的な保障」を番組制

作者（番組協働者）の代表機関の設置と調停委員会にかかわる規定（三〇条）に求める。その内容は次の通りである。

職業集団としての記者および番組制作者（一括して番組協働者と呼ばれる）は、自らの代表機関を選出・設立する。この代表機関は、編集者綱領に基づき、番組協働者とその上司の間で生じた番組制作上の諸問題の紛争の和解に尽すことが主たる役割である。

放送協会長と番組協働者との間で番組上の諸問題での紛争が解決しないときは、調停委員会が召集される。この委員会は、中立の委員長と委員長代行、および放送協会長と番組協働者の代表機関とがそれぞれ同数を三年任期で選出する委員（陪審員）によって構成される。

調停委員会は、放送協会長に対して勧告を出す。放送協会長が、この勧告に従わない場合は、放送協会長は自らの決定について調停委員会にその理由を説明しなくてはならない。

三〇条の内容は以上のとおりであるが、三一条には、「放送協会長と番組協働者の代表機関は、合議の上で編集綱領を定める。この編集綱領は放送委員会の同意を必要とする」と規定されている（編集綱領は八七年九月承認された）。これらの条項は、職業集団としての番

組協働者の代表機関の活動に、西ドイツでは初めて実定法上の根拠を与えたものである。シュトックは、このことを指して「放送企業内部の専門職集団にふさわしい形で、放送の自由を人事権的に読み換える」措置であると述べ、いくつかの基本的な問題に言及している。

その一つは、放送協会内部の権限体系の中で、番組協働者の役割および責任、その機能的自律性をいかに位置づけるかという問題である。

この点については、西部ドイツ放送法の三二条の番組協働者についての次のような規定が重要である。

「番組協働者の任務とは、契約上の権利および義務の枠内で放送法で定められた役割の遂行に協力することである。

それぞれの番組協働者は、そのゆだねられた番組上の任務を放送協会の全体的な責任の枠内で、一人のジャーナリストとしての責任において遂行する。上司の指示権および契約上の取り決めは、これらの規定によって影響を受けない」。

シュトックは、この条項を「放送協会の機能と放送協会のジャーナリストの責任とを新たに結びつけるもの」とだと評価し、次のように述べている。

「公共放送での番組責任は二重の構造をとっている。一つは、協会全体という

マクロのレベルであり、もう一つは、番組協働者というミクロのレベルである。

個々の番組協働者は、会長原理（総括的な執行権限を放送協会長に集中させるという組織原理）に基づいて委任された任務を、放送協会の全体責任という枠内で、同時に個人としてのジャーナリストの責任において遂行するのである。」

ここでいわれている放送協会の全体的な責任とは、具体的には、総合的な番組を編成すること、すなわち情報のスペクトルを提供することである。つまり、全体として、総合的で、包括的で、均衡のとれた形で、さまざまな意見を含んだ事実を伝えることを意味している。

憲法上、放送の自由が保障されている機関としての放送協会は、右のような包括性、均衡性を全体として維持することを配慮しながら、個々の番組協働者に、それぞれが果たすべき役割を委任している。すなわち、個々の番組協働者は、分業による任務の遂行を通して放送の自由という基本権を行使しているのである。

ここには、明らかに、一九七〇年代の初頭において活発に議論された「内部的放送の自由」の思想が復活している。

Martin Stock, Landesmedienrecht in Wandel

Verlag C. H. Beck 1986, P. 154.

文献紹介

二元的な放送体制への移行とともに、西ドイツでは、公共放送のあり方、その組織・業務の範囲について盛んな議論が行われている。

ケルン市にある西ドイツ最大の州放送協会である西部ドイツ放送協会(WDR)についての法律(西部ドイツ放送法:一九八五年三月成立)は、かつての放送法を大幅に改正したもので、変容するメディア秩序の中の公共放送システムを積極的に再構築しようとするものとして広く注目されている。

ここで紹介するシュトック教授の「変容する州メディア法」は、ケルン大学放送法研究所の紀要として公刊されたもので、この西部ドイツ放送法を中心に、ノルトライン・ウェストファール州のメディア法を初めて体系的に分析した労作である。

シュトック教授は、ビールフェルト大学の公法学の教授で、公共放送擁護の立場から、放送法制についての数多くの著書・論文を発表している。かねてから、教授は、メディア法の枠組として「市場モデル対統合モデル」という図式を提唱しており、この研究書も、そのような枠組から分析されていて、理論的にも示唆するところが多い。

この紹介では、西部ドイツ放送法につ

いての分析を中心にするが、最初に、「市場モデル対統合モデル」という枠組について言及しておきたい。

「市場モデル」とは、新聞企業にみられるように、さまざまな「傾向」を持つ企業が併存している形態で、そのサービスは、市場の競争にゆだねられているというものである。このモデルの場合、「言論の競争」は保障されるとしても、とりあげる対象の総合性、手続上の公開性はなおざりにされている。

これに対して「統合モデル」とは、西ドイツの公共放送に見られるように、その意思決定過程に「社会の重要な諸勢力」が統合的に関与すると同時に、番組が総合的に編成されているようなメディアの組織形態を指している。

シュトックは、統合モデルの特質とし

て次の三つの点を重視している。

一つは、総合的に編成されている番組(Gesamtprogramm)という概念である。総合編成番組では、取り上げる対象の多様性が保障されなくてはならない。そして、新聞と比較するとき、「傾向性」を持たないということ(Negative Tendenzfreiheit)が、統合型の放送の特質である。

第二の点は、多様な人々の発言の場が保障されなくてはならないことである。単にさまざまな社会的グループの意見が反映されるだけではなく、少数者の意見も同時に反映されなくてはならない。

第三の点は、意見の重要性を判断する専門家集団(プロフェッション)の自律性の保障である。シュトックは、専門的な伝達者であるジャーナリストの機能を

文献紹介

重視し、その力が発揮されるための組織と手続きの制度的保障を重視している。

シュトックは、以上の点に注目して、西部ドイツ放送協会の組織形態を「放送固有の統合モデル」の一つの典型として把握している。以下にシュトックの論旨を外部的参加の多元性と番組制作者の自律性の保障という二つの点にしばって紹介したい。

外部的参加の多元性

西部ドイツ放送法はその四条で番組の役割を次のように規定している。

「西部ドイツ放送協会は、自由な意見形成の媒体であり、要因である放送を、したがって公的性格を持つ業務である放送を運営し、伝播する。サービス・エリアの重要な政治的、世界観的、社会的諸勢力とグループは、放送の役割を自らの責任として遂行することを保障される。」

このさまざまな諸勢力が参加する機関が、放送委員会(NHKの経営委員会にあたる)である。かつての放送委員会は、州議会によって議席数に応じた形で選ばれていた「議会型」であったが、八五年法では大幅に改正され、統合的モデルにふさわしい形に多元化されている。

放送委員会の定数は二人から、四人に拡大されたが、議会に席を有するものは七人に限定されたのに対して、九人

M. シュトック 著

メディアの統合・モデルと公共放送

—西部ドイツ放送法の分析—

石川 明

放送研究部

調査研究ノート

り日常的なもの。平凡安穩性のある主人公の平常時の現実的な生活を土台にしたもので、「サザエさん」などの「ファミリーグループ」か「メイプルタウン物語」などの「ファンタジーグループ」である。

七〜十二歳については、日常的でも知的要求のどちらかといえば、まだ弱いものが見られている。「要素」としてはほのほとした笑い、主人公の明朗性などが加わり、「パーマン」「オバケのQ太郎」など「ファミリーグループ」の一部である。また今回は放送がなく除外されている「ドラえもん」(4)も恐らく「ファミリーグループ」の中核となるであろう。そして、これらは常識的にも納得できる結果といえよう。

6 まとめと今後の課題

以上により、とりあえず選んだ「要素」ではあったがそこから整理された三つの根による特性はほぼ妥当であると考えられる。

しかしこの三〇の「要素」の他にも重要な「要素」がまだあるのではあるまいか。例えば絵の調子やことば使い、サブキャラクター性などを含めてのより構造的、体系的な「要素」の吟味が必要と思われる。

また今回は一回分の放送に対する分析であったが、シリーズ全体の内容をもて全体を把握することにより今まで見落とされていた何か新しい分析の枠組が見い出されるのではあるまいか。また、そもそも本論の目的はアニメ

の魅力客観的に調べる方法を探ることであるから、コーダーを含めた「客観化」の問題も残されている。

このように今後の課題は大きい。一方で子どもの生の意見を収集しつつ、今回の結果をふまえて「要素」の検討を続け、基準となる項目の設定を目指すべく努力したい。

(注)

- (1) 小平さち子「子ども向けテレビ番組の可能性を探る」『放送研究と調査』五八年九月
- (2) 秋山隆志郎／小平さち子「幼児向けアニメの研究と開発」『放送研究と調査』六一年一〇月
- (3) 三矢恵子「アニメと子ども」『放送研究と調査』六二年一月ほか

- (2) 岩下豊彦「番組特性をどのようにに理解するか」『NHK放送文化研究年報第二集』四二年六月
- (3) 牧田徹雄／村松泰子「今、テレビドラマは、何を描いているか(1)」『放送研究と調査』六〇年九月

- (3) 「放送研究と調査」六〇年九月
- 横山貞利「時代の流れを敏感に反映する『子ども番組』の軌跡」『月刊民放』六一年五月

- (4) 調査週は「バレーボール」の中継のため「ドラえもん」「宇宙船サジタリウス」の放送がなかった

■放送教育の効果と子どもを子とらえた実践現場からの生きたリポート

▼文部大臣賞 (2編)

吹田市立古江台幼稚園 林 理恵
名古屋市中区立横田小学校 長屋 保夫

▼NHK会長賞 (5編)

岡崎市立大樹寺小学校 桑木 富士子
高知市立鴨田小学校 石川 和子
名古屋市中区立宮中中学校 坂本 憲昭

山口県立山口農業高等学校 植山 靖子

福井県・金津幼稚園 大木下美智子
京都府・徳風学園早苗幼稚園 本澤 貴美子

▼日本放送教育協会理事長賞 (8編)

広島市立くりが丘保育園 竹田 知江子
名古屋市中区立大高南小学校 石川 知男
小松市立中海小学校 楠 啓子

京都市立祥豊小学校 上村 輝子

福岡大学教育学部附属小学校 高嶋 和子
岡崎市立美川中学校 高木 和広

▼特別賞 (1編)

大阪市立東商業高等学校 石川 雅宏
徳島県板野町社会福祉協議会 寒川 孝久

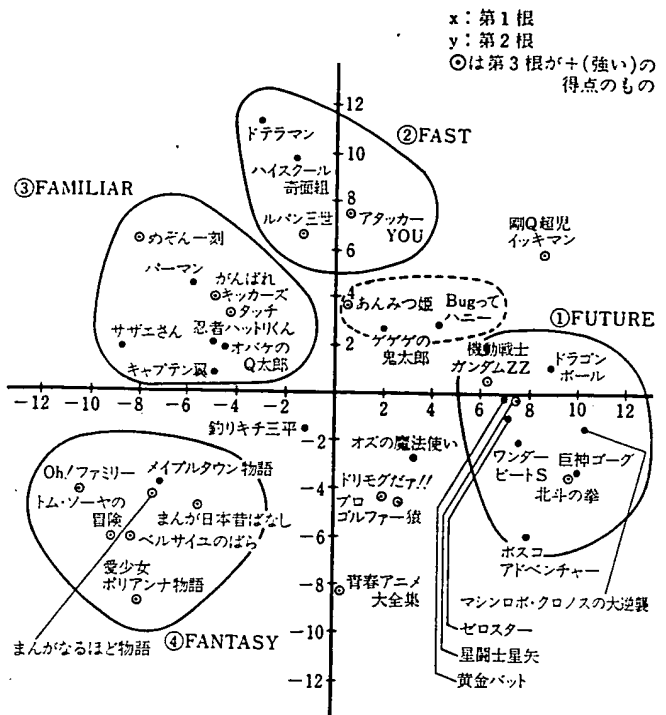
第24回 放送教育賞入選論文集

月刊「放送教育」臨時号へ放送教育の探究
●定価600円 ■「放送教育」11月号発売中 定価600円(各丁55円)

日本放送教育協会

東京都渋谷区千駄ヶ谷5-21-7-501
〒151 ☎ 03-341-7611(代)

図2 内容的に似ている番組



のように、平常時における現実的な状況を土台に、ドタバタした動きもある番組である。ただしこのグループについてはⅢ根の方向により細分類できようである。

5 内容特性と視聴率
最後に、4で整理した三つの根の特

Ⅰ・Ⅱ根によりこのように四グループに番組分類ができた。これらは直観的にも一応妥当な分類といえよう。これ以外の番組も「あんみつ姫」「ゲゲゲの鬼太郎」「Bugってハニー」などは小さいグループとしてまとめられそうであり、Ⅲ根の方向性も考え合わせれば、かなり細分類も可能である。

表6 アニメ番組の内容特性別主な番組

第1根 生活的状況性	第2根 テンポ感覚性	第3根 知的要因性
マジンロボ・クロノスの大逆襲 巨神ゴーク 北斗の拳 ドラゴンボール 剛Q超児イッキマン	動きのある ↑ ドラゴンボール 剛Q超児イッキマン	強い ↑ 剛Q超児イッキマン 魚崎主基矢 ベルサイユのばら タッチ めぞん一刻
Oh!ファミリー トム・ソーヤの冒険 サザエさん ベルサイユのばら めぞん一刻	のんびり ↓ 受少女ボリアンナ物語 青春アニメ大全集 (ビルマの冒険) トム・ソーヤの冒険 ベルサイユのばら ボスコアドベンチャー	弱い ↓ パーマン オズの魔法使い オバケのQ太郎 メイプルタウン物語 忍者ハットリくん

性と視聴率の関係を一応調べた。具体的には三つの根の各方向ごとに高い得点をもつ番組を10番組程度抜き出し(表6ほか)、その平均視聴率(全体平均、および性・年齢別視聴率)を比較した。

この結果表7のようにⅠ根の方向により全体と女七〜一九歳、七〜一二歳の視聴率に差がみられ、Ⅱ根の方向では男七〜一九歳で、Ⅲ根では七〜一二歳でというようになりに性・年齢による差がみられる。性・年齢別のアニメ番組の内容の嗜好をまとめると次のようである。

表7 内容の特性別平均視聴率

	番組数	全	男7~19才	女7~19才	7~12才
第1根 生活的状況性	11本	3.5	13.6	7.2	15.1%
非日常	10	6.7	14.2	17.3	23.4
日常	10	6.7	14.2	17.3	23.4
第2根 テンポ感覚性	10	5.6	16.2	13.1	20.6
動きのある	10	4.9	9.8	11.2	16.9
のんびり	10	4.9	9.8	11.2	16.9
第3根 知的要因性	9	4.6	13.7	11.2	16.4
強い	10	5.1	12.7	12.8	22.2
弱い	10	5.1	12.7	12.8	22.2

まず男の子向けとしてはのんびりした展開よりは動きのあるもの。「要素」で言えば時間的には現代、空間的には日本、主人公はひょうきん性、変身性がありドタバタした動きのあるものといえよう。これにあたる番組としては例えば「ハイスクール奇面組」など(ファストグループ)である。

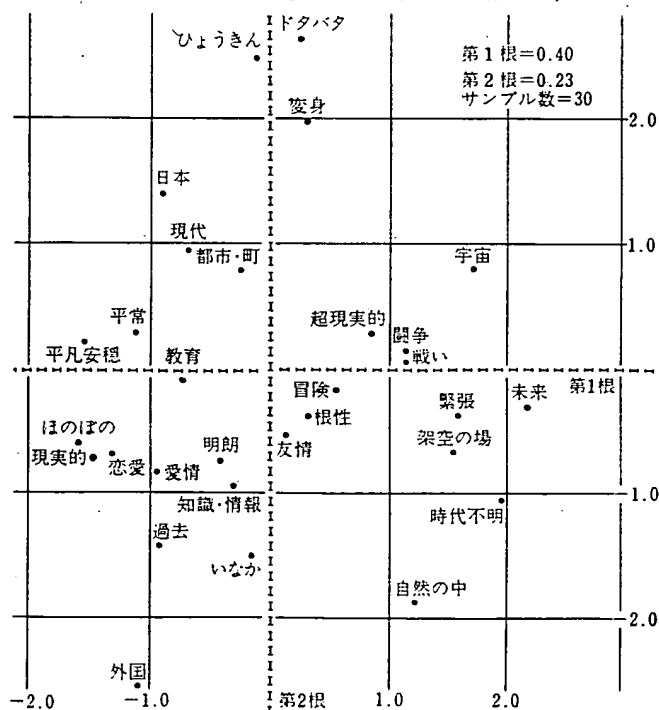
調査研究ノート

表5 アニメ番組の内容特性格「要素」

第1根 生活的状況性	第2根 テンポ感覚性	第3根 知的要因性
非日常 ↑ 未・来 時・代 宇・宙 緊・張 架・空 の・場 ↓ 日常	動きのある ↑ ドタバタした動き ひょうきん性 変身 変日現 ↓ のんびり	強い ↑ 宇宙 恋愛 過激 愛外 ↓ 弱い
はのほのとした笑い 平凡安穩性 現実的 恋愛 平常	外国 自然の中 いなか 過激 時代不明	かたがはのとした笑い 不明場性 架空の場 明朗

同じようにⅡ根は「現代的でユーモラスで動きのある感じ」に対し、「自然の中のゆったりとした感じ」があることから「テンポ感覚性」(動きのある)のんびり、Ⅲ根は「ある程度知的に発達した子どもの心に近いできごと」に対し、「まだ知的には未発達の幼な

図1 アニメ番組の「要素」の関連図(数量化3類による)



い子どもの心に近いできごと」から「知的要因性」(強いー弱い)とも考えられよう。ここでⅠ根とⅢ根は一見似ているようにみえる。確かにどちらも状況を示す軸であるが、Ⅰ根が番組の設定状況全体を規定しているのに対しⅢ根は言わば受け手側の心理の発達状況を示している。例えば「オバケのQ太郎」と「タッチ」を比べると、同じ日常生活をベースにしたものでも幼

い子どもの心により近いのは「オバケのQ太郎」である。
一方、この三根はあくまで大きな集約を取り出したにすぎず、従ってこれだけでは説明しきれない「要素」も存在する。例えば都市・町、超現実的、友情などがそれにあたるが、これらの「要素」をもつ番組は、いずれも二四〜二六本と多く、共通性の高い「要素」といえよう。言い換えれば都市・町、

超現実的、友情はアニメの生命線ともいふべき「要素」と考えられる。

以上、三つの根により大きくくりではあるがアニメ番組の内容の構成要素を分類した。そしてこの内容は状況/展開/心理の基本軸で説明される。

4 数量化得点による番組分類

各番組が前述の特性でどのように構成されているのかをみるために、番組ごとに三つの根の数量化得点を算出した。そしてここでもⅠ根をx軸、Ⅱ根をy軸により距離の近い(関連の高い)番組をグループピングしてみた(図2)。そしてそれらのグループに仮に名前をつけてみた。

①の位置には「フニチャージャー」がある。番組では「北斗の拳」「星闘士星天」「マシンのロボ」などがあげられ、未来の宇宙などにおける緊張時の状況が伺える。

②の位置には「ファストグループ」があり、番組では「ドテラマン」「ハイスクール奇面組」「ルパン三世」など共通にドタバタした動きがあり、ひょうきん性、変身性を感じる主人公である。

そして、③の位置には、「ファミリーアングル」があり、「めざん一刻」「パーマン」「がんばれ! ケンカーズ」

表2 「主人公のキャラクター」要素別本数と平均視聴率

	(本数)	全	男7-19才	女7-19才	7-12才
闘争性	(19)本	4.3	14	9	17%
愛情性	(9)	6.7	16	16	23
明朗性	(19)	4.6	11	11	18
ひょうきん性	(10)	6.0	19	14	22
変身性	(5)	4.5	15	9	18
平凡安穏性	(11)	5.5	14	13	20

表3 「テーマの特性」要素別本数と平均視聴率

	(本数)	全	男7-19才	女7-19才	7-12才
ほのぼのとした愛	(9)本	6.3	14	15	24%
はたした行動	(9)	4.9	16	13	20
戦い	(20)	4.2	14	9	17
冒険	(17)	4.3	12	10	17
恋愛	(7)	6.4	15	16	20
友情	(24)	5.1	14	12	20
根性	(11)	7.3	21	15	27
知識・情報	(11)	4.6	12	10	16
教訓性	(13)	6.3	15	15	24

表4 層別高位5番組(38本中)

全 体			7-12才		
フジ	タッチ◎	14.3	フジ	ドラゴンボール◎	50%
フジ	サザエさん●	12.8	フジ	タッチ◎	43
フジ	ドラゴンボール◎	12.0	フジ	愛少女ポリアナ物語●	41
フジ	愛少女ポリアナ物語●	11.8	フジ	サザエさん●	40
TBS	まんが日本昔ばなし	10.7	フジ	北斗の拳◎	38

男13-19才			女13-19才		
フジ	ドラゴンボール◎	44	フジ	ドラゴンボール◎	31%
フジ	北斗の拳◎	36	フジ	めぞん一刻◎	30
フジ	タッチ◎	36	フジ	サザエさん●	28
フジ	サザエさん●	28	フジ	タッチ◎	28
フジ	ハイスクール☆野郎◎	27	フジ	愛少女ポリアナ物語●	24

●は原作あり ◎は雑誌に掲載

られない(表2)。ただし層別にみると、闘争性、ひょうきん性、変身性については女の子より男の子に見られている。

一方、平常時(六・二%)と緊張時(三・五%)では、平常時の方が視聴率は高い。また、超現実的(四・六%)と現実的(五・八%)ではあまり変わらない。その他、根性、恋愛、ほのぼのとした笑い、教訓性などの平均視聴率がやや高めである。また層別には戦い、根性などが女の子より男の子に見られている(表3)。

ターやテーマの特性など、アニメを構成する「要素」の中で重要と思われるものが、単独では、視聴率の規定要因とならないことがわかった。

なお、内容に関する「要素」に合わせ、形式についての「要素」も参考のため調査したので簡単に記す。

まず、構成については圧倒的に三〇分一話のものが多く(三二本)。

また、「ドラゴンボール」「北斗の拳」など『少年ジャンプ』をはじめとする雑誌の漫画のアニメ化も相次いでいる。雑誌だけでなく、小説(トム・ソーヤの冒険)など、絵本(ボスコアドベンチャー)なども含めると、三八本中三二本は原作のあるアニメである。

3 「要素」の数量化分析

各「要素」は単独では視聴率の規定要因とならない。そこで番組と「要素」

タイトルのつけ方は、「オバケのQ太郎」のように主人公の名前をつけたものが多く(二五本)、タイトルを構成している文字はカタカナが多い、テーマソングは、おニャン子クラブをはじめとする歌手によるものが目立ち(一三本)、しかもその内容は必ずしもアニメの内容に沿っていない。

また形式についても「要素」ごとに平均視聴率を比較してみたが、雑誌をアニメ化したものがよく見られているほかは(表4)、視聴率の高低にはあまり関係がないようである。

の関係を分類・整理し、よく見られている番組の構成「要素」を明らかにするため数量化3類(パターン分析)による分析を行った。

数量化3類は、多数の変数(ここでは「要素」を少数の概念(根)を設定することで整理し、理解を容易にしようとする手法である。

例えば、要素Aと要素Bを同時に持つ番組が多いということは、AとBが関連が強く、A・B二つの要素は一つの概念に集約し得ることになる。数量化3類は同様な考えで要素間のすべての関連度を考慮して、(最も矛盾の少ない、説明力のある)いくつかの集約概念(根)を統計的に発見しようとする技法ともいえる。

三八番組にみられる三〇の「要素」を分析要因に数量化3類を行った結果、三種の集約概念(根)が導かれた。三〇の「要素」が各根で集約(説明)できた割合(相関係数)は、I根〇・六三、II根〇・四八、III根〇・四四である。各根は表5に示す「要素」を多く含む概念である。わかりやすくするためにI根をx軸、II根をy軸にとり、「要素」を図示すると図1のようになる。

これによれば、I根の右方向には(宇宙や架空の場に設定された現実離

調査研究ノート

も)、恋愛(片想い、結婚関連も含める)、友情、根性(努力するという意味合いだけでなく「愛少女ポリアンナ物語」のポリアンナのように辛抱強いことも)、知識・情報(まんがなるほど物語)のように何か情報や知識を伝えることを中心としているもの)、教訓性(オバケのQ太郎)でいじめっ子ジャイアンがいたずらに失敗するように、子どもへの教育的なメッセージを含んでいるもの)を取り上げた。

2 実際の番組が持つ「要素」

次に、これらの「要素」を実際のアニメ番組にあてはめてみた(表1)。調査対象とした番組は六一年一月の全国視聴率調査週、すなわち十一月一日(月)から一六日(日)に関東地区で放送されたアニメ番組三八本である。この三八本についてビデオを見ながら、一回分の放送の中に各「要素」が認められるかどうかを、筆者が観察して判断した。なお、ここでは各「要素」の量は問わず、有無だけで判断している。

まず、「要素」の吟味のために「要素」ごとに番組数、および「要素」を持つ番組の平均視聴率を算出した。なお平均視聴率は、番組全体のほか男七〜一九歳、女七〜一九歳、七〜一二歳

の計四種について算出した。

はじめにストーリーの時代的要素としては、現代のものが最も多く(一八本)、空間的には日本(一六本)、都市・町(二六本)というようにやや片寄りがみられた。

主人公のキャラクターは闘争性と明朗性が多く見られるが(表2)、単に明るいただけとかやさしいだけというよりはもっと多面的であり、二つ以上の「要素」を兼ねている場合が多い。

ストーリー全体としては、平常時と緊張時はほぼ半々、現実的なもの(一三本)よりは超現実的なもの(二五本)が数は上回っている。その他の内容としては、友情、戦い、冒険が多い(表3)。しかしここでも例えば、ドタバタした動きと冒険、友情と根性というような組み合わせが多くみられる。

一方、平均視聴率を比較してみると、時代としては現代(平均五・九%)空間としては日本(六・三%)が他の「要素」と比べるとやや高い。いなか(八・三%)も高いが、これは番組数が四本でしかもその中に特に視聴率の高い「ドラゴンボール」が含まれているためと思われる。

主人公のキャラクターでは、全体でみるとあまりその平均視聴率に差はみ

表1 コーディングの例

	全	男 7 19才	女 7 19才	7 12才	時 間		空 間				主人公のキャラクター				ストーリー全体		テーマの特性														
					現 代	未 来	過 去	時代不明	日 本	外 国	宇 宙	架空の場 所	都市・ 町	い なか	自然の中	闘 争 性	愛 情 性	明 朗 性	ひ ろ く さ ん 性	豪 傑 性	平 常 性	緊 張 性	現 実 的	超 現 実 的	知 識 的	道 徳 的	戦 い	冒 険	恋 愛	友 情	根 性
Bugってハニー	2.3	9	5	14	○					○	○		○	○				○	○	○	○	○	○	○	○	○					
まんが なるほど物語	1.5	2	5	5		○		○	○		○				○			○	○	○	○				○	○	○				
機動戦士 ガンダムZZ	1.9	9	2	6		○				○	○		○	○	○	○	○		○	○	○	○			○	○	○	○			
ルパン三世(再)	3.0	12	7	15		○		○			○					○		○	○	○	○	○	○	○	○	○					
がんばれ！ キッカーズ	4.0	16	3	14	○				○		○			○	○			○	○	○	○			○			○	○	○		
ゲゲゲの鬼太郎	8.5	19	23	26	○			○			○			○					○	○	○	○			○		○		○		○
あんみつ返	4.9	9	13	16		○				○	○					○		○		○	○	○	○	○	○	○	○				
サザエさん	12.8	28	28	40	○			○			○				○			○	○	○	○	○									○
めざん一刻	8.5	25	30	29	○			○			○				○	○		○	○	○	○	○			○	○	○				
オズの魔法使い	4.4	11	17	27	○					○	○				○					○	○	○				○	○				
Oh!ファミリー	1.6	2	6	7	○				○						○	○		○	○	○	○	○				○	○				
ドラえもん	1.8	8	3	10	○			○			○					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○				○
ドラゴンボール	12.0	44	31	50			○			○	○			○	○				○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

子どもはアニメのどこに魅せられるのか

——アニメ番組の内容特性を探る試み——

白石 信子 ●世論調査部

／はじめに／

現在の子ども（七～一二歳）のテレビ視聴は、そのほとんどがアニメ視聴に当てられている。一体アニメのどこに子どもは魅せられているのだろうか。もしアニメ特有の魅力を客観的に調べる方法があれば、視聴者（子ども）の理解にとっても企画制作者にとっても有益であろう。

子どもとアニメ番組については本誌でもいくつかの研究・報告がされている。また方法についても、小数の子どもにアナライザーを用いアニメに対する反応を観察する、子どもに直接魅力を尋ねる、あるいは番組の内容分析などさまざまな方法がある。

アニメ番組の魅力の分析のためには、まずアニメの内容を把握すること、次にそれに対する子どもの反応を把握すること、の二段階が必要である。後者については、番組全体として視聴率という指標がある程度利用できる。問題は前者であり、ここではそのための予備的研究として、分析の枠組を構成すべき、基準となる項目、がど

のようなものであるのかを、一つの試みとして探究した。

内容を把握する方法の一つに、内容分析がある。内容分析は、中核となる使用目的に沿った分析者の「姿勢」により番組分類の基準を定める⁽¹⁾のであるから、分析者の視点が重要であり、何らかの分析枠組を必要とする。そして、どのようなことばで記述すれば、その基準をより一般化できるか、ということも考え合わせることが必要である。限定された番組や事例に対してだけでなく、アニメ番組一般に適用するために、ここではとりあえず番組の魅力を構成する「要素」という考え方をしてみた。「要素」は、その番組の放送内容に含まれるものであり、例えば主人公の「ひょうきんさ」とか時間的な設定（未来）などである。

これらの「要素」は本来、多種多様に存在するものである。そこで今回の試みとして、経験的に視聴の有無の規定要因として重要と判断したもの（暫定的に）を選び出し、それを吟味することを主題とした。まず具体的には

番組特性に関する文献及びドラマの内容分析をはじめとする先行研究や⁽²⁾、小学生の作文・アンケートなどを参考にしながら、よく見られているアニメにみられる「要素」を集め、その中から重要であると考えたものを抜き出した。

1 アニメ番組の「要素」

今回着目した「要素」は時間、空間、主人公のキャラクター、ストーリー全体、テーマの特性、の五つの視点から計三〇個を取りあげた。はじめにストーリーの時間的要素として現代、未来、過去、時代不明（例えば「ボスコアドベンチャー」のように特に時代設定がされていないもの）。

空間的要素として日本、外国、宇宙、架空の場所（「Bug」ってハニー）のように現存しないゲームの世界に入りこむようなもの。またより細かい空間として都市・町（経験的に両方を区別するのが困難であるため一つにした）、いなか（都市に対してのんびりした田園風景の背景であること）、自然の中（自然に囲まれているところ）という「要素」を考えた。

主人公のキャラクターとしては次の六個を特に重要な「要素」として取りあげた。

○闘争性：敵に向かうだけでなく「釣りキチ三平」のように何か新しいことに對しても挑む勇気や情熱があること。

○愛情性：恋愛感情だけでなく人間愛や動・植物に對しての愛情も含める。

○明朗性：明るく活発なこと。

○ひょうきん性：ドジでひょうきんな性格。「ハイスクール奇面組」にみられるような少々エッチなキャラクターも含む。

○変身性：「ドテラマン」のハジメ少年のように変身すると強くなる、ロボットに乗ると強くなる、など能力が変化するもの。

○平凡安穩性：「ドラえもん」ののび太のように何の変哲もない普通の性格。

またストーリー全体として平常時（平和時）か緊張時（戦闘状態をはじめとするスリル感のあるもの）かということと、現実的な展開か超現実的（「ドラえもん」のように現実の生活ではあり得ないことが起こるなど）かということもある。

テーマの特性ではほのぼのとした笑い、ドタバタした動き、戦い（侵略者などの敵に對する戦いだけでなく野球の試合などの場合も含む）、冒険（新しいことにチャレンジするようなもの）

調査研究ノート

FAX、キャプテン、CATVによる調査方式実験結果(大要)

※については今回の実験のみによる暫定的な結果

項目	面接法	配付回収法	ファクシミリ※	キャプテンシステム※	一方向CATV+他媒体※
1. 調査員移動の必要性	あり(多数)	あり(多数)	なし	なし	質問のための移動不要。ただし回収を調査員が行う場合には必要
2. 調査員バイアス	訓練の程度にもよるが避けがたい	面接法よりはかからない	かからない	かからない	映像は訴求力が強いのでキャスター(調査員)の特性の影響が大きいとみられる
3. 質問の順序のコントロール	面接時に調査員が行う	回答記入要領説明時に行う程度	できない。調査票どおりの順序に従う	条件に合った回答者のみに提示できる	できない。放送時の指示に従う
4. 回答結果の収集スピード	必要な有効回答数の確保に時間がかかることが多い	面接法よりは時間がかからない	期限内に完了できる可能性が高い	期限内に完了できる可能性が高い	組み合わせる回収媒体によっては時間がかかる
5. 回答タイミングの自由度	相手方のタイミングに合わせなければならない	回答記入要領の説明は相手方のタイミングに合わせる必要がある	自由	自由	放送時刻に合わせなければならないが再放送、VTRの活用も可能
6. 到達困難層へのアクセス	かなり困難なのが通例	面接法ほどではない	アクセスしやすい	アクセスしやすい	放送による協力依頼再放送、VTR利用の可能性はある
7. 回収率の程度	状況により差があるが、概ね6〜7割台	面接法より高い	高い	高い	放送による協力依頼、回答が促されてくるが回収媒体によって差が出る
8. 予定事態への対応	対応しにくい	対応しにくい	対応できるケースがある(番組予約視聴等)	同左	同左
9. 自由回答	できる	できる	できる	短文なら可能	できる
10. 調査相手の制限	とくにない	とくにない	FAX設置者のみ。ただし電話網内のランダム抽出先への臨時端末設置が技術的には可能	端末所有者のみ。ランダム抽出先への臨時機器設置はキャプテンサービス可能なネットワーク内に限られる	CATV加入者のみ
11. 本人回答の確認	一応確認できる	自記式なので確認しにくい	同左	同左	同左
12. 質問の量、複雑さの許容度	一応の制約はあるがわりに自由	複雑さでは制約があるが量的には面接法より自由	量、複雑さとも制約あり	同左	複雑、多量の質問は不適
13. 調査相手へのアクセス上の制約	不在による再訪問など手間とコストがかかる	面接法ほどではない	話中の場合はアクセスできない	同左	調査のための放送と高視聴率番組が競合する場合には再放送、VTR利用が可能
14. 回答票の提示についての制約	とくにない	とくにない	鮮明度、大きさ、色などの制約がある	同左	とくにない
15. コスト	かなりかかる	面接法ほどではないがかかる	機器設置、維持の負担大	同左	追加経費は回収媒体費など負担小
16. 回答結果の一般化に関する制約	一般化可能	同左	特定設置者のみで一般化に限界がある。ランダム抽出先に電話がない場合が問題	特定の端末所有者のみか上記10のネットワーク内で、一般化に限界	そのCATV加入者についての一般化は可能
17. 集計プログラムへの自動接続の可能性	困難	困難	OCR等の活用が考えられる	容易	組み合わせ回収媒体しだいでも可能性もありそう
18. 利用上の現実性	制約がましているが広く利用	同左	現状では割高なため特殊目的に限られよう	プライベートキャプテン利用のビジネス向け調査などに現実性がある	一方向CATVの普及した地域での利用が見込まれる
19. 現状での適用例	意識面など	行動面など	新聞広告等の認知など翌日想起式の迅速な調査等	ビジネス向け調査など	サテライトケーブル番組、CMに関する加入世帯調査など
20. その他				○回答入力誤りのシステマチックなチェックが可能 ○回答内容をリアルタイムで見られる ○回答のデータベース化による再利用が容易 ○現行キャプテンでは個々の質問の再確認と訂正入力ができない	○どんな調査が進行しているかを回答対象世帯以外も知ることができる ○一斉質問のため、質問のペースが固定される ○調査対象以外には知られたい調査はしにくい

「高度情報通信システムなどの利用による世帯調査方式の研究」報告書、「ニューメディアを利用した調査方式の特徴」(村田貞雄 中央調査部No360(62.10))「社会調査の基本」杉山明子(朝倉書店)ほかから試作

験の結果を例にとっていうとそれが自記式回答となるのか他記式回答となるのか、即ち調査相手本人であることが確認できるメディアなのかどうかという点に注意する必要がある。表の(1)でみた通りFAX、キャプテン、一方CATVの三つは今回の実験方式の限りでは配付回収法と同じ自記式回答であり、世論調査の方法としては世帯内の誰が回答してもよいような世帯についての調査に向いている方法ということになる。調査相手本人の確認が不可欠な調査の場合には実行上特別の工夫をするかあるいは家庭用静止画テレビ電話や双方向CATVのように個人面接法と同程度に調査相手の性別、年齢等が調査員(キャスター)によって確認できるものか、またはパソコン通信(パスワード照合機能利用)等他のニューメディアの普及を待つということになる。

世論調査の「科学性」の確保のもう一つ重要な例が表の(10)調査相手の制限の有無の問題であろう。表にある通り比較的使いやすいと思われるFAX(ここではNTTの「ミニファックス」)でも電話がない所では使えない。従ってランダムサンプリングした調査相手先に電話がなければ臨時電話架設等の措置がとられない限り、結果の一

般化に限界がある点に気をつけなければならぬ。調査方法として使ったニューメディアの利用者(即ち調査対象者)がどんな母集団にあたるかを考え、その限界の有無に注意する必要があるわけである。

次に考えられる視点が「利便性」あるいは「経済性」である。今回の方式実験例で、FAX、キャプテンでは有効回答率の向上に役立ちそうな「回答タイミングの自由度」(5)、「到達困難層へのアクセスの容易度」(6)などでは面接法よりも「利便性」があるという結果が示されている。また「回答結果の収集スピード」(4)でも期限内に完了できる可能性が高いとされている。一方「経済性」についてはCATVが「コスト」(3)の点で追加経費が比較的少額であるとされている。これらの経費が調査員に関する諸経費などよりも安くてかつ他媒体による有効回答の収集効率が高ければ「経済性」(効果/費用比)に長所があるといえよう。

三番目の視点が「調査コミュニケーションの質的改善性」とでもいうべきものである。調査員が介在する調査法の一つの問題点は表の(2)にあるように調査員バイアスの存在でとくに個人面接法では避けたいとされている。今回の方式実験でのFAX、キャプテン

では前述のとおりこのバイアスがかからないとの結果が示されている。パスワードを利用すれば調査相手本人の確認が一応可能と思われるパソコン通信でも同様と考えられるが、これらのニューメディアはその点では調査意図をなるべく完全な形で調査相手に伝えることに役立ちうるものといえよう。

これはある種のニューメディアが「科学性」とともに世論調査の本質的部分を形成する、調査企画者と調査相手との間の「調査コミュニケーション」の質的改善を図る可能性を含むことを示す例と思われる。

この視点と比べると前記の「科学性の確保」は調査企画者側からすれば世論調査活動にとっていわば当然のことであり、また「利便性」「経済性」は、技術的なし事務的なレベルのものでないといえぬであろうか。何故ならもしある調査目的が完遂されたかどうか調査の科学性とともにこうした調査コミュニケーションの完全性に依存するとしたら、より積極的な視点は、ニューメディアの発展が単に調査員バイアスのみならず、調査票に印刷された文章以上に質問の意図を表現する機能、調査票方式による個人面接法以上に深いコミュニケーション機能、あるいは全国に散在する調査相手への同時的な

アクセスの可能性(一定の調査期間中の状況変化によるタイムラグの排除)などを約束するものかどうかという問題になると考えられるからである。

文明史家のD・ブーアスティンは現代を「機械の王国」と断じ、「機械の栄養源、つまり存続を保証するものは人間の欲望や需要」だとのべている(『技術社会の未来』伊東俊太郎訳サイマル出版会'86)。

放送研究の有力な方法である世論調査に関心を抱く者の一人として、これからのニューメディアの発展に対する本質的な需要の一つに、科学性の確保とともにこの「調査コミュニケーションの質的改善」をあげておきたい。

注

- (1) メンバー(実験当時)はほかに小川浩一(東海大学) 中込昌治、三原明(NHK放送情報サービス) 和田政彦(NTT) 村田貞彦(中央調査社)と筆者(当時世論調査部)。HBFが援助。報告書「高度情報通信システムなどの利用による世論調査方式の研究」
- (2) 自動音声応答ネットワーク利用のサービスで電話を使う。
- (3) no ringing ガス・水道等の自動検針システム(NTT)で電話と特別な端末、プリンターを使う。
- (4) 世帯内個人は世帯主または成人。

らっている(有効204、63・8%)。調査内容は平日一日の平均テレビ視聴時間量、民放テレビCMの評価、調査方式に関する質問などである。

CATVは奈良県下市町の町営CATV(SIC)の加入世帯を対象に加入者名簿から世帯を無作為に抽出した。この対象世帯あてに回答用紙(質問文は印刷されていない)を事前に郵送し、調査当日放送した番組を見て回答を記入後郵送で返送してもらい、237の有効回答(67・7%)が得られた。調査内容はテレビを見始める時間、テスト放送したSIC自主制作番組、NHKの番組予告、「1分メモ」のわかりやすさ、調査方式の評価等で、放送では質問文をキャスターとアナウンサー(調査員にあたる)がボタン映出をまじえながら読みあげて、はじめて調査相手に知らせるという形がとられた。

なお、キャプテンとCATVについては実験終了後グループインタビュー等による反応調査が行われている。

これらFAX、キャプテン、CATVの方式、実験結果の概要をおよそ20項目に分けて整理し、個人面接法と配付回収法の特徴と仮に比べてみたのが表である。ただし、前記三種のメディアについての記述は今回一回だけの結果をまとめたもので、今後の調査方式の

改善やメディア普及の成熟で内容上変更のありうる暫定的なものである。

表の20項目はA、調査員に関する事項(1~3)、B、調査相手や回答に関する事項(4~14)、C、その他一般的事項(15~20)に三分できる。

まずA、調査員に関する事項だが三種のメディアの特徴として、面接法や配付回収法が多くの調査員の移動(1)を必要とするのに対し不要(CATVでの調査員による回答回収をのぞく)であること。またFAX、キャプテンでは調査員にあたる者が介在しないので面接法のように調査員バイアス(2)がかからないが、CATVでは映像による訴求力が強いとみられるので調査員(キャスター、アナウンサー)特性の影響力が大きいと思われるなどの違いがうかがわれる結果となった。さらにB、調査相手や回答に関する事項についてはFAX、キャプテンで回答結果の収集スピード(4)や回答タイミングの自由度(5)、到達困難層へのアクセス(6)などの点で面接法より効率的もしくは弾力的である反面、調査相手の制限(10)や本人回答の確認(11)、質問の量、複雑さの許容度(12)などでは面接法よりも現状では制約が大きい側面がある。とくに自記式回答のため本人確認が得にくい点はFAX、キャプテン、CATV方式が

面接法よりも配付回収法に近いことを示唆するもので、これらの方式の調査適用領域を制限する大きな特徴とみられよう。またCの一般的事項では調査相手が制限(10)されるので回答結果の一般化(18)にも制約が加わってこよう。

一方CATVとFAXおよびキャプテンの二者を対比させてみると、CATVは回答票提示形式(14)に制限が少なく、コスト面(15)で追加経費が少額ですみそうなこと、有力な現状での適用例(19)として、今後盛んになると予想できる放送・通信衛星+CATV番組やCMに関するCATV加入世帯調査が有望であることなどの特徴がある。しかし一方ではCATVは前述のとおり映像による調査員特性の影響や組み合わせる回答回収媒体によっては回答収集スピード遅延の可能性がある。

表に略述した結果を一言でいうとどうやら電話調査その他の既存「機械調査」のもつ長所と短所の両方がそれぞれ拡大された形が示されているといえそう。従来でも利用可能な複数の調査方法の選択に関しては「調査の目的、予算額、実施体制、要求する調査精度、調査の緊急性などによって」行うのが良いとされている(杉山前掲書P.60)。表の特徴を考えると、ニューメディアの参入による「機械調査」法

の多様化は、長所をみると調査方法の選択の幅が広がることを意味しようが、短所を考えるとそれだけ方法選択の的確性がよりきびしく問われることになるものと予想できよう。こうした的確性を確保するためには調査企画者側がニューメディアについてのある程度の技術的な知識をたくわえるとともに、方法上の可能性についてここに一例を紹介したような方式実験調査結果などをふまえて、その意義と限界を十分に心得ておかねばなるまい。

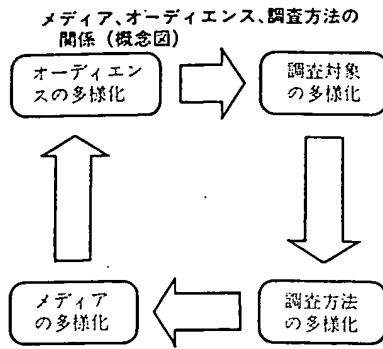
その一助として次にニューメディアのうちのどれが調査方法としての可能性、効率性、あるいは方法上の積極性を持ちうるかを見定める視点をいくつか例示してみたい。

3、調査方法としてのニューメディアの活用を考える視点

あるニューメディアを放送に対する人々の接触行動や意向に関する調査、たとえば世論調査の方法として利用する場合にはそれが世論調査の「科学性」を仮にも損うことがないように留意しなければならない。例えばランダムサンプリングによって一群の調査相手がある母集団を代表するとされた場合、この代表性が尊重された使い方が要請されるわけである。今回の方式実

調査方法としてのニューメディア 活用の可能性と世論調査の科学性

荒井 宏祐 ●放送研究部



1、ニューメディア、オーディエンス、調査方法の関係

双方向CATVやファクシミリ(以下「FAX」)、キャブテンシステムなどのニューメディアは、送り手側にとって自らのサービスを受け手に伝える新しい媒体であると同時に、以下にのべるように受け手(オーディエンス)がそうしたサービスをどのように利用し、どんな意向を持っているかを把握するための調査方法としての可能性を秘めている。このため、ニューメディアとオーディエンス、調査方法三者の

間には原理的にいって、図に示すような相互関係が生まることが予想できる。即ち人々にサービスを送るメディアが多様化すればそうしたサービスの利用装置の分布に応じて、オーディエンスも多様化する可能性が出てくる(たとえば本誌五九年五月号の小論「ニューメディアと調査活動の今後―予備的検討のための覚書」参照)。こうしたオーディエンスの多様化は送り手側にとってその利用状況や意向を把握すべき調査対象の多様化を意味することにもなる。そしてこの多様な調査対象にアクセスする方策の一つとして調査方法の多様化が要請され、それはメディアの多様化によって可能となるという図式が考えられるわけである。しかし図で注意を要する点は多様化するメディアのすべてがそのまま新しい調査方法として活用できるかどうかということである。社会調査では調査相手からの回答のとり方によって調査方法を①面接調査②配付回収調査③郵送法調査④電話調査のように分け、電話調査を「電話とコンピュータが連動

した」方法と一緒に「機械調査」に入れる例もある(杉山明子「社会調査の基本」P60朝倉書店⁸⁴)。が、ある種のニューメディアを使った調査は電子技術を使うという点でこの「機械調査」の新しい展開を示すものとみることができよう。その意味では電話調査が迅速に調査結果が得られるなどの長所を持つ反面、いくつかの短所があつて「電話法は即時性を何よりも求められるときに、比較的簡単な質問を、限られた地域で実施し、ある程度の状況判断に使うようなときに有効である」(前掲書P71)といわれるように、ニューメディアによる「機械調査」にも長所と短所が併存し、その適用範囲にも一定の限界がありうる事が予想される。そのためメディア状況の変容と並行して、今後どのようなニューメディアがどんな条件のもとでいかなる目的の調査に利用できるのか、さまざまな角度から実証的な研究を加えておく必要があるものと思われる。

こうした観点から85年以来研究を進めているのが、「新調査方式研究会」(代表 公平慎重杏林大学教授)である。同研究会ではニューメディアの中から現時点で調査方法としての応用可能性が認められるものの例として、とりあえず①音声応答システム(NTTのANSWER^②)、②FAX、③キャブテンシステム、④CATV、⑤ノードリング^③、⑥パソコン通信の六つを想定した。そして調査相手に対する情報形式(紙・静止画・動画・音声等)の典型的な種類が代表されるようにFAX(紙)、キャブテン(静止画)、一方向CATV(動画―回答回収は他媒体による)の三つを選んで86年6月～11月に第一次の調査方式実験を試みた。

2、FAX・キャブテン・CATVによる調査方式実験

まずFAXだが首都圏の主婦のいる世帯20標本を世帯主年代指定(二〇～五〇代均等)による割当て法の考え方で任意に選び、相手方の了解を得たのち調査票送受信用のミニファックスを電話機に設置した。調査は二回に分けてテレビニュースの視聴状況や調査方式の評価、12枚の図版入りで買いたい乗用車の仕様等の質問を送信し、19標本から有効回答を得た。

キャブテンは久留米・鳥栖広域情報株式会社(KTT)のキャブテンシステムの端末所有全世帯の成人(各世帯1名)と個別に依頼した成人計20人を対象に、キャブテン画面に質問を送信、表示しその場で回答を入力しても

国内の放送界

業者、新聞社等の経営支配、複数所有など、マスメディアの集中排除の規制をなくす③放送の対象地域は、放送事業者と同一の地域とし、NHKの放送設備を共用する者についての規制(全国八地域ごとまたは県ごと)をなくす④文字放送に利用する水平走査線(H)の放送事業者と文字放送事業者への指定区分を原則としてなくすなど大幅な規制緩和となっており、一〇月一六日の電波監理審議会に正式に諮問される。

郵政省は修正の理由として▽文字放送事業の特殊性から規制緩和による普及促進策が必要なこと▽情報提供手段の多様化で、集中排除の必要がなくなったことをあげている。

EDTVの技術条件を諮問
電技審六三年度中に答申へ

郵政省は九月二八日、EDTV(高画質化テレビ)の技術条件について、電気通信技術審議会に諮問した。これは画質改善のニーズの高まりにこたえらるとともに、内需拡大を促進する観点から行ったものでEDTVは、現行のテレビ方式(NTSC方式)との両立性を確保しつつ、送信・受信系双方の改善を行うことで、現行テレビ放送の高画質化およびゴースト除去を可能にすることが期待されている。

同審議会は、現行方式との両立性やコストを重視しながら、来春までに、野外実験用の暫定仕様をまとめる。来秋から冬までに答申する。郵政省ではこれを受けて、六三年度中には郵政省令等制度面の整備を図りたい意向である。

テレビ情報誌の創刊ラッシュ
放送枠拡充に照準

テレビ情報誌は、先発の五誌で約三〇〇万部と言われる市場を分け合ってきたが、ここへ来て新規創刊が相次いでいる。

七月には「TV Bros」、九月には「TV Station」が新たに参入、一二月には「TVぴあ」の刊行が予定されており、一挙に、戦国時代、の様相を呈して来た。

新規参入の背景には、衛星放送の本格化、民放の二四時間放送実施、文字放送の成長など放送波系の拡充の他家庭用ビデオの普及などがあり、今後のテレビ視聴態様にならざるを得ないと思われる。このほか、特定の購買層を狙ったものとして衛星放送情報誌「テレビコスモス」(月刊)「衛星放送ファン」(季刊)も刊行されており、当分の間は激しい読者獲得競争が、展開されそうな様相となっている。

日誌 (9・16・10・15)	
<p>9・22 サンテレビ、山陰ケーブルビジョンへの区域外再送信の大臣裁定に対し意見書提出</p> <p>9・29 NHK・ハンガリー国営テレビ協力協定に調印(フタベスト)</p> <p>10・1 フジテレビ二四時間放送開始(民放FM二四局目)▽東京FM第二局「エフエムジャパン」設立発起人会</p> <p>10・5 TBS二四時間放送開始</p> <p>10・6 NHK大阪のディレクターが、タクシ運転手に乱暴逮捕</p> <p>10・7 NHK川原会長、定例会見で衛星テレビ料金新設の時期・方法などについて検討中と語る</p> <p>10・8 第三五回民間放送全国大会(山形)▽第一回「科学・科学技術・医学に関する国際映画・テレビ祭」でNHK特集「調査報告チエルノブイリ原発事故」に技術部門の最優秀賞(英で開催)</p> <p>9・17 八月末打ち上げの「きく五号」予定軌道に静止</p> <p>9・22 中国ラジオ映画テレビ省放送科学研究所とNHK、静止画放送の「多番組テレビ」実用化に成功と発表</p> <p>9・30 郵政省「CATVハイビジョン研究会」初会合</p> <p>10・1 レイクンシティ・ケーブルビジョン(諏訪市)初の通信事業開始▽都市型CATV「東関東ケーブルテレビ二九六」(佐倉市)本放送開始</p>	
<p>10・2 都市型CATV「東急ケーブルテレビビジョン」(東京)営業放送開始</p>	
<p>9・16 郵政省「電気通信分野における地域別等の国際協力のある方に係る調査研究会」初会合</p> <p>9・17 郵政省「不要電波問題対策協議会」初会合</p> <p>9・18 郵政省、テレビ文字多重放送免許方針の修正(大幅規制緩和)を電波監理審議会に予備説明</p> <p>9・21 FM香川、長野FM放送に予備免許(開局予定 香川来年四月、長野一〇月)</p> <p>9・28 郵政省、電気通信技術審議会にEDTVの技術的方式を諮問</p> <p>10・12 郵政省「ハイビジョン」の推進に関する懇談会」報告書提出</p>	
<p>9・17 第一三回NHK・KBS韓国放送公社合同会議(21、東京)▽第三一回マスコム倫理懇談会全国大会(18、高知)</p> <p>9・21 放送文化基金、第一二回研究報告会(東京)</p> <p>9・24 NHKエンタープライズ、海外のテレビ番組配給六社と代理店契約▽朝日新聞古巣本社単身寮を強襲男が襲撃</p> <p>9・25 豊田商工会長刺殺事件で大阪高裁が関西テレビ記者ら二人の証人採用決定</p> <p>9・30 第五回「日加放送人会議」(トロント)</p> <p>10・1 朝日新聞東京本社にも散弾痕を発見▽第三回世界テレビ映像祭(3、札幌)</p> <p>10・6 第二四回ABUアジア太平洋放送連合総会・閣連会議(20、バンコク)</p>	

国内の放送界

放送情報調査部

放送法改正に民間の意見を

民放大会で中川会長が強調

第三五回民間放送全国大会が一月八日、山形市民会館に全国一三九の民放の首脳ら八〇〇人が集まって開かれ、中川順会長（テレビ東京社長）が、放送法改正問題などについて、次のようにあいさつした。

「先の放送政策懇談会の提言等に基づいて、放送法改正の作業が始まっているが、言論の自由にかかわる問題であり、行政当局は独善に陥ることなく、広く民間の意見を尊重してほしい。民放連としても、近く法改正への意見を提出するつもりだ。

さし当たり、監督・規制の緩和・弾力化、免許制の免許更新制への変更、チャンネルプラン策定の根拠と基本理念の法定化を要望したい。

最近のNHKは、経営のスリム化とはうらはらに、トータルとしての

業務の肥大化が進んでいるようだ。節度を忘れた肥大化、商業化が進めば、NHKと民放の併存を基本にした我が国の放送法制度の健全な発展は阻害されるおそれがある。

ハイビジョン放送は、実態以上に喧伝され、大衆をミスリードするのではないかと心配している。内需振興にとらわれすぎた発想でなく、着実な漸進対策を進めるべきだ。」

民放連の中川会長はこのように述べた。

テレビは、「ニュース戦争」

民放各局一〇月改編

この秋のテレビ番組改編で、TBSは、テレビ朝日の「ニュースステーション」に対して、同時間帯の月一金曜夜一〇時に一時間の「ニュース22・プライムタイム」をぶっつけた。TBSの夜一〇時台は「金曜ドラマ」「水曜ドラマスペシャル」などで平均一五％の視聴率を上げてきたが、この視聴率を犠牲にして、「ドラマのTBS」から夜も報道のTBSへの転身である。

迎え撃つ形のテレビ朝日は、夕方六時台のニュースをやめ、月一金曜夜七時二〇分から四〇分の「ニュースシャトル」でニュース空白時間帯へ進出し、合わせて「ニュースステーション」への援護射撃をはかって

いる。

これらの動きに対して、フジは、毎正時に一分のニュース「ショット・ガン」の放送を始め、日本テレビも、来春には夕方六時から一時間のニュースを七時半まで延長すると宣言している。

都市型CATVの新時代へ

東急は最大三〇chで開局

東急グループの都市型CATV・東急ケーブルテレビジョンが最大三〇チャンネルで一月二日から東京都渋谷区、横浜緑区の一部を対象に営業放送を開始した。同時再送信以外の一六チャンネルが自主放送で、アメリカの「CNN」、CATV向けのニュース専門の「日本テレビ・ケーブルニュース」、二四時間文字情報の「朝日新聞文字ニュース」、日経文字ニュース」と、ニュース面に特色がある。料金は契約料や工事費を含めて当初一〇万円弱となる。

また全国的には一月一日にセントラルケーブルテレビ（名古屋）と東関東ケーブルテレビ二九六（佐倉市）が開局。一月三十一日には、横浜ケーブルビジョンが試験放送を開始、一月二日にはICN（町田市）、札幌ケーブルテレビジョン、小田急情報サービスが開局の予定で都市型

CATVは新時代を迎える。

香川・長野の民放FMに予備免許、山形の民放テレビ三局目も確定

郵政省は民放のFM新局、エフエム香川、長野エフエム放送の二社に九月二日付で予備免許を与えた。香川は来年四月、長野は同一〇月開局の予定。今年一〇月に開局したエフエムラジオ新潟に次いで、二五局目、二六局目の民放FM局となる。

また東京の第二FMも競願四九五社の調整一本化が成り、一月九日「エフエム・ジャパン」として郵政省に免許を申請した。

一方、民放テレビ二局地区三局化のトップを切って、山形地区で競願一五九社の一本化がまとまり、東京放送（TBS）をキー局とする第三局の発足が確定的になった。しかし、本社を酒田にするか山形にするかをめぐって未調整の部分もあり、なお流動的な要素も残っている。

文字放送の規制を大幅緩和

普及促進に郵政省が方針変更
郵政省は九月一八日、文字放送の普及を促進するため、放送事業者についての規制を大幅に緩和する、免許方針の修正案を発表した。

修正案は①文字放送事業者（NHKや民放の放送設備を使用して事業を行う第三者法人）に対する放送事

月刊民放

編集(社)日本民間放送連盟
1187年11月号 B5判・54頁
11月1日発行 定価450円(送別)

〈短期連載〉対談「テレビ文化を問う」下
「地方の時代」映像祭——8年の潮流とその精神

加藤周一 VS 江藤文夫
柳 治郎

放送番組に対する表彰と批評
連盟賞・審査総評

●番組/CM/技術/放送活動/統一キャンペーン/ポット部門
●番組部門最優秀賞「受賞者の声」

稲葉 三千男

日本民間放送年鑑'87

●予約受付中●
B5判/570頁/¥7,000

お申込みは

コーケン出版

〒102 東京都千代田区飯田橋3の4の1
石津ビル (有)コーケン印刷内
電話03-261-4739
郵便振替 東京9-55920

の不当処分のかどでアクシヨーノフ・ゴステララジオ議長令によりけん責処分になり、続編は最初の放送予定日から八か月後にようやくユジノサハリンスクで放送された。また、テレビ局に圧力をかけた地方責任者もそれぞれの組織から処分され、サハリン州党書記二名と州副知事がけん責、州庁商業局長が厳重けん責とその事実の人事調査カードへの記録および本件およびマスメディアに対する今後の態度いかんによりさらに厳しい処分とするという警告を受けた。シャリモフ放送局長は同局共産党支部からもけん責を言い渡された。

一方、キルギスの場合は、同共和国の首都フルンゼのテレビ局が今年四月、牧場の現状を批判する番組を放送中、突然番組が中断し、山奥でひつじが草を食んでいる静止画像が三分間うつり、その後で番組の残りの部分が続いたという事件である。中断された部分は、キルギスの農業工業公園の責任者二人が実名で登場し釈明を求められている場面であった。

番組カットの原因を調べたところ、放送前にキルギス・ゴステララジオの副議長が問題の箇所は事実と反するとして、担当プロデューサーに再考をうながして受け入れられなかったため、技術者に命じてスチール写真に差し替えさせたということが判明した。

イズベスチヤはこの件についても究明に乗り出し、右の副議長とプロデューサー双方の言い分を紹介し、読者の意見を求めた。これに対してフルンゼの放送局員から類似の事例とともに、「キルギスの放送局では形式主義と官僚主義および鋭い問題提起に対する極端な用心深さが伝統的

短 信

に強く根ざしている」と訴える投書が何通も同紙に寄せられたという。

キルギスの結末はまだ紹介されていないが、イズベスチヤはニジノサハリンスクとフルンゼの教訓として、「番組内容の不当を判断するのは視聴者である。グラスノスチや民主化が気に入らない者に対しては決して気をゆるめてはならない」と強調している。

(小川政邦)
《"Maechna", 1987 No. 115, 192, 220, 225, 227, 234, 241》

米CATVの普及率
四九・五%(七月)

ニールセン・メディアリサーチ社の推計によれば、八七年七月現在のアメリカのCATVの加入世帯数は約四三三〇万世帯で、対テレビ世帯普及率は四九・五%である(八六年七月は四七・八%)。CATV普及

率の上位五市場はピッツバーグ六三・八%、ボストン五七・一%、シアトル・タコマ五五・七%、サンフランシスコ・オークランド五四・一%、タンパ・セント・ピータースバーグ五三%となっている。

《"Broadcasting" 1987, 9, 21》

ユーテルサット、アストラ計画承認へ

番組サービスの競争をめぐって数か月来難航していたユーテルサット(ヨーロッパ電気通信・衛星機構)とルクセンブルクの中出力DBSプロジェクト「アストラ」(一九八八年九月打ち上げ予定)の間の交渉は、により、アストラがユーテルサットに対して経済的に重大な影響を及ぼさないよう調整することでこの一月にも合意が成立する見通しとなった。通信衛星を使って欧州全域のCATV向け番組配信サービスを行っていたユーテルサットは、同様のサービスを商業ベースで行うアストラ計画に強く反対していた。

《"New Media Markets" 1987, 9, 30 ほか》

第一週の視聴率調査結果ではAGBのビーブルメーター調査が、ニールセンより全般的に低く出ている。

(山口秀夫)

《"Variety" 1987.9.30 ほか》

米ソ共同で大型ビデオ・シリーズ制作

アメリカとソビエトが共同で両国各地の現状を紹介するビデオフィルム・シリーズを制作することになった。共同制作に参加するのは、アメリカ側がワシントン州マウント・バイン市のブロードキャスト・ビデオ・コミュニケーションズ社(BVC)、ソビエト側がソビエト中央記録映画スタジオ(TsSDF)で、制作に関する契約はBVCとソビエト報道フィルム公団(SOVINFILM)がこの九月中旬、モスクワで調印した。

目下、第一回分の三〇分番組の撮影がソビエトのアルメニアで始まり、続いてアメリカのワシントン州でも同じく三〇分番組を撮影する予定である。アルメニアとワシントン州のフィルムが成功すれば、全体プロジェクトの取材に着手する。シリーズ全体は米ソ各六本とし、BVCはモスクワとレニングラード両

都市紹介のほか、極北の生活、バイカル湖とエコロジー、中央アジアを、TsSDFはアメリカの一大総合大学の学生生活、大工業都市とその抱える諸問題、典型的な小都市の取材をそれぞれ希望している。どのテーマも双方のカメラマンが同時に撮影し、取材中に意見の相違があれば、そのままフィルムに収めて客観性を期すことになっている。

制作が完了したビデオフィルムはまずアルメニアとワシントン州の分について、ソビエト側はモスクワ中央テレビで放送するほか国内各地のビデオサロンで公開し、アメリカ側は主要テレビ一社とカナダ、イギリスのテレビを通じて放送する。米ソ双方ともソビエト政府機関紙イズベスチヤを通じて、アメリカの何を知りたいかについてソビエト市民の意見を聞き、取材の参考にしたいとしている。

(小川政邦)

《"Vestnik" 1987.9.19 No. 262》

テレビ番組妨害で処罰

グラスノスチをめぐって

グラスノスチ(公開性)の原則を掲げているソビエトで地方の党や自治体の責任者がテレビ局に圧力をかけて一部の放送を妨害したとして批

判され、そのうち数人はけん責その他の処分を受けた。

問題が起きたのはソビエトのロシア共和国サハリン州と中央アジアのキルギス共和国で、いずれもソビエト政府機関紙イズベスチヤが、グラスノスチの精神に反するものと重要視し、現地取材と番組の紙上再録も含めて経緯を詳しく伝えた。

まず、サハリンでは州の行政中心地ユジノサハリンスクのテレビ局が今年初め、乗用車と日本製録音機その他の輸入商品をめぐる市内商業網の不正問題を取り上げた「ぼろもつけの値段」という番組を放送して、大きな反響を呼んだのが発端。この放送後、事態があまり変わらなかったため、同局のメリニック副局長をはじめとする番組担当スタッフは追跡取材をし、関連問題も含めて「ぼろもつけの値段のその後」と題する続編を制作した。

続編の内容は、①ユジノサハリンスク市内の大手デパートが輸入家具、流行の靴、子ども用毛皮コートなど一般に不足している商品を不法ストックし、特定の人たちだけに小出し販売をしているという事実、②州輸入公団が銀行から巨額の借金をしたが、輸入商品が一般に売り出されないため現金回収と銀行への返済

がどこおき、このため銀行の現金決済に支障が生じて数企業の給料現金支払いが困難になったこと、③飲酒規制による酒類の販売縮小で減った商品流通の穴埋めを他の商品で行うべきところ、こともあろうに酒類販売キャンペーンが始まり、飲酒による法律違反や人身事故、交通事故が急増したことなどである。続編の放送予定日は州の新聞であらかじめ周知されていた。

ところが、放送直前に州と市の党、地方自治体、商業関係の最高幹部が大挙テレビ局を訪れて続編のオーディションを求め、視聴後、続編が指摘した事実関係を否定した。これを受けたユジノサハリンスク・テレビのシャリモフ放送局長はメリニック副局長と担当スタッフをけん責処分にしたうえ、続編の放送を禁止した。

モスクワのソビエト・ラジオ・テレビ放送国家委員会(ゴステレラジオ)は右の状況を伝えたイズベスチヤの記事を検討し、ユジノサハリンスク・テレビの幹部をゴステレラジオ参加者に招いて問題の続編のオーディションを催し、事実を調査のうえ、この番組は当然放送されるべきであったという結論に達した。これに基づいてユジノサハリンスクのシャリモフ放送局長は批判抑圧と部下

ているケーブル・オーソリティは、このほど、CATV事業者に対するMMDs（マルチ・マイクロウェーブ・ディストリビューション・システム）の認可を政府に要請することを決定した。

MMDsはマイクロウェーブによる多チャンネル配信システムで、特別のアンテナを設置した半径数キロ内の家庭はこれによって新たに一〇～一二チャンネルのテレビ番組受信が可能となる。しかし、敷設に数年もかかり、一〇万世帯をカバーするのに約三〇〇万ポンドを要するCATVに比べて、MMDsは建設も簡易で資本投下も少なくて済む。このため、MMDsはCATVの発展を阻害する恐れがあるとして、これまでケーブル・オーソリティはCATV事業者からのMMDs利用に関する要望を拒否してきた。

したがって、今回の決定はケーブル政策の重大な変更を意味するが、ケーブル・オーソリティがこのような方針転換に踏み切ったのは、イギリスにおけるケーブル事業の進展が思わしくないという理由によるものである。

イギリスが一九八三年末に新世代多チャンネル・ケーブル網の建設にとりかかってからすでに四年になる

が、その間における同国のケーブル発展の状況は決してはかばかしいものではない。これまでに営業権を交付された二地域のうち、実際に運用開始にこぎつけたのは九地域にすぎず、四系統の地上波テレビを再送信するだけの旧世代ケーブルを含めても、CATV加入世帯は二〇万を割っており、全世帯の二割にも達していないのが現状である。

今回のケーブル・オーソリティの決定は、CATV事業者の団体であるケーブルテレビ連盟の要望にこたえたものであるが、CATV事業者の財政負担を軽減することによって、ケーブル建設を促進することを目的としたものである。このため、実施地域をケーブル営業権地域に限定するとともに、一定の期限を設定することによって、最終的にはCATVに移行することを前提としている。しかし、MMDsに使用予定の周波数帯は現在国防省が管理しており、必要設備もまだ利用できる段階にないので、技術上および規制上の問題が今後の検討課題として残されている。

（西谷 茂）
『Financial Times』1987.10.5

米テレビ新シーズンの話題

アメリカのテレビ界が九月二日

に新シーズンに入った。注目の三大ネットワークのプライムタイム視聴率競争は、前シーズン一位のNBCが相変わらず好調で、今季も一位は確実とみられており、業界の関心は早くも二位争いに移っている。

今年四月に終わった前シーズンでNBCの視聴率一七・八（シェア二八）、CBSの一五・八（二五）に対して、ABCは一四・一（二二）と三大ネットワーク史上最低の成績だった。

しかし、今季はABCの視聴率が相当回復するのではないかと、という点で専門家の見方は一致している。今シーズンのABCは、大リーグのワールドシリーズ（一〇月）に始まり、スーパーボウル（一月）、冬季オリンピック（二月）というように高視聴率確実といわれるスポーツのビッグイベントを持っている。これが、プライムタイムの視聴率競争で強力なリードインの役割を果たし、そのほかの娯楽番組の視聴率の回復のためによい影響をもたらすことが期待されるからである。

前シーズンも、プライムタイムのスペシャル番組の視聴率第一位は、一月二五日にCBSが放送したスーパーボウル（視聴率四六・二％）、二位は一〇月二七日（NBC）放送

のワールドシリーズ最終戦（三八・七％）だった。ABCは、このほか四年に一度のオリンピックの中継権を持っている。七〇年代半ばに、それまで万年三位だったABCが、大躍進をしたきっかけが七六年二月の冬季五輪中継だったこともあり、今季のABCの一連のスポーツ中継が、プライムタイム視聴率競争の核となることは、間違いないだろう。

ところで、ニールセン社の新しい「ピープルメーター」方式は、七月に契約したNBCに続いて、九月に入ってCBS、ABCもニールセンとの契約に調印した。ニールセンは新方式の導入に伴い、これまで三〇年間実施してきたオーディエンスによる世帯視聴率調査と、日記式の個人視聴率調査の併用方式を、九月一日に打ち切った。

ピープルメーターによるサービスはAGBも行っているが、これまでのところ、同社と契約を結んだのは三大ネットワークではCBSだけである。

なお、新シーズン第一週（九月二日～二七日）の三大ネットワークのプライムタイム視聴率は、NBC一六・四％、CBS一四・二％、ABC一四・二％だった（ニールセンのピープルメーター調査による）。

ジョンと自由のための国民委員会)が、大統領からの批判を浴びたり、権限行使にまつわる不正をとりざたされたりして、その権威を揺すぶられている。

ミッテランの批判 仏の週刊誌「ル・ポアン」(九月二二日号)が掲載したインタビューの中で、ミッテラン大統領は、次の二点にわたり放送の現状を厳しく批判した。①シラク内閣の行った放送改革は、公共放送と民間放送の間の均衡を崩してしまっただけで、放送における多元性をも損なっている。②公共放送機関会長の選任など、これまでCNCLの下した決定には政治的独立性を疑わせるものがあり、委員会はいまだに権威も尊敬も得られずにいる。大統領はさらに③の点に関し、社会党が政局を掌握した際には「使命にふさわしい人士で構成した議論の余地のない機関」と取り替えるつもりだ、と明言した。

放送批判を行ったテレビ番組 これより先の九月二二日、ミッシェル・ポラックという著名ジャーナリストがブリゼンター兼編集長をつとめるTF1の報道番組「反論の権利」が、CNCLに対し世上に次のような批判が存在するとして問題にした。①民間テレビのヘラ・サンク

(シラク首相に近い保守系新聞王エールサンの傘下)と(M6)のカパレージ増大の要望に添え、周波数の優遇的追加割り当てを行っている。③パリ地区の私営ラジオの免許更新(八月号、九月号の本欄参照)に際し、CNCLの内部に、二、三の資格不十分なラジオが免許を得られるよう賄賂を受けて便宜をはかった者がいる、との告発があり、司法当局による調査が行われている。

内部亀裂を示すCNCL CNCLのドブロイ委員長は九月一四日、TF1のブイグ社長に書簡を送り、番組による問題の取り上げ方は不当だと抗議した。また九月二二日には全体会を開いてミッテランの批判に答える声明をまとめたが、われわれは独立性を守ってきたというにとどまる中身の乏しい声明だった。しかも発表の直後に、二人の委員(ミッテランによって任命されたタスカ夫人とラブリュッス委員)が、あれは一枚岩の声明でなく、自分たちはCNCLが「非多元的な決定」を行ったケースを知っているので声明に加わらなかったと言明し、CNCLの内部に大きな亀裂のあることを明白にした。

二委員が指摘したのは、①ミッテランも示唆した公共放送機関の会長

についての政府寄りの人選、②九月半ばのニューカレドニアでの国民投票に先立ち、政府側の息のかかった独立反対派の無認可ラジオが現地に出現したのに手を打とうとしなかった、という二事例である。

ポラック解雇に動くブイグ 一方、TF1のブイグ社長は九月二二日、二回の「反論の権利」の中でポラックが「重大な失態」を犯したので、「解雇」の手続きを開始するとともに番組を打ち切る、と発表した。

理由として、①一二日の番組で行き過ぎた言葉づかいと不適切な風刺漫画の用法があった、②この点をポラック自身が認め、次回の番組で遺憾の意を表明すると約束したのにそれを実行しなかった、③そのうえ、一九日の番組(土木建設を本業とするブイグ社自身の手掛けたある橋梁建設にまつわる問題を取り上げた)の中で、ブイグ社長を不当に侮辱するような漫画(「土建屋さんのテレビ経営」を暗にやゆしたもの)を用いた、などがあげられていた。

声威を傷つけられたCNCL 見てきたごとく、黒白のはっきりしない諸問題を下敷きに政治的思惑や経済的利害をはらむ一連の発言が交錯した、結論の出にくい事件である。そのうえ、ポラックの左寄りの姿勢

は広く知られ、タブーや権威を恐れない行き方がよく物議をかもし、前から番組打ち切りの噂があり、ポラック側も新経営者ブイグの限界をあえて試そうとした気配がないではない。ただ、いずれにせよ次の点は指摘できよう。

④CNCLに対する批判や非難の当否はさておき、この重要な場面で内部批判者を出し、はっきり亀裂を露呈したこと、また、望んだかどうかは別として、ジャーナリストの解雇、報道番組打ち切りの機縁をつけたことで、CNCLの声威は小さからぬ傷を負った。⑤保守主導の制度改革と放送運営をあらためて問題にする姿勢を大統領が明確にしたことにより、フランスの放送界は、来年五月の大統領選挙に向け大小の波風にさらされるだけでなく、大統領選の成り行き次第で、またもや大がかりな制度変革の高波に洗われる可能性すら出てきた。(大谷堅志郎)『Le Monde』, 1987. 9. 17, 9. 22, 9. 23, 9. 24, 9. 25, 9. 27-28, 10. 1, 10. 2, 10. 3 ほか

英、ケーブル政策

変更の動き

イギリスのCATVを規制監督し

既報)、再開後二番目のフライトになる第二〇号機による西独の放送衛星TV-SATの打ち上げが一月一二日に確定された。これにより当初予定の一九八五年五月から二年半遅れたものの、今月にはいよいよヨーロッパ初の、そして世界ではわが国に次いで二番目の本格的放送衛星が誕生することになる。

TV-SATはすでに知られているように軌道上重量一トン級、二〇〇ワット級トランスポンダ五基によりテレビ四チャンネルの同時中継が可能な衛星である。衛星本体はすでに昨年六月末に完成していたが、その直前の五月にアリアス・ロケットが発射失敗で運行を中止し、代替のロケットも無かったために、この段階からだけでも一年半近く打ち上げが延期されていた。

しかしその前の段階では、TV-SATはいくつかの技術的問題と、また衛星のテレビチャンネル配分をめぐる政治的解決が得られなかったことよって、打ち上げは繰り返し延期された。チャンネル配分の問題は、西独全一州の合意が必要であったが、あしかけ五年の歳月とさまざまな曲折を経て、今年三月の放送制度の再編成に関する州間協定の成立によって、ようやく解決した。

その結果四つのチャンネルは差し当たり公共放送二、民間放送二と半々に配分されることになり、公共放送はARDのアインス・プルスとZDFの3SAT、そして民放はSAT1とRTL-PLUS(西独とルクセンブルクの合併事業体)という、現在すでにヨーロッパ通信衛星EC-S1を使ってCATV向けに配信を行っている四つのチャンネルが放送衛星を通じてのサービスを開始することになった。なおARDに割り当てられたチャンネルでは、午前六時から夕方の六時までは西独郵電省が開発したPCMデジタル方式によるステレオ音声放送が実施されることになっている。テレビ一チャンネルでは一六系統のステレオ音声放送が可能のため、これにはARD傘下の九つの州放送協会や、さらにモノラルでベルリンのRIAS放送と国際放送機関のドイチュラントフンクの参加も予定されている。

(上野正英)

《"Cable & Satellite" Oct. 1987
ほか》

西独のモーニングテレビ 予定を繰り上げ開始

一〇月五日に開始と発表されていた西ドイツ初のモーニングテレビ、RTL-PLUSの、おはようドイツ(Guten Morgen, Deutschland)、は(一〇月号本欄既報)、急遽予定を繰り上げ、九月二三日に放送を開始した。

これはRTL-PLUSの競争相手であるもう一つの民放SAT1が、RTL側に早朝テレビでの協力を呼び掛けたのを拒否されたことから一〇月一日に独自のモーニング・テレビ番組を実施すると発表したことへの対抗措置で、RTL-PLUSとしては西独でのモーニングテレビの初名乗りをどうしても獲得したかったために、当初予定していた九月二三日からの実験放送を急遽本放送に切り換え実施したものである。

一方西ドイツの出版社系民放SAT1は予定どおり一〇月一日にモーニングテレビを開始した。

RTL-PLUSの早朝テレビ番組は月曜から金曜の朝六時半から二時間にわたって放送され、三〇分ごとのニュースと天気、交通情報、そして政治・経済・スポーツ関連のミニ

番組などを主体とする番組編成となっている。

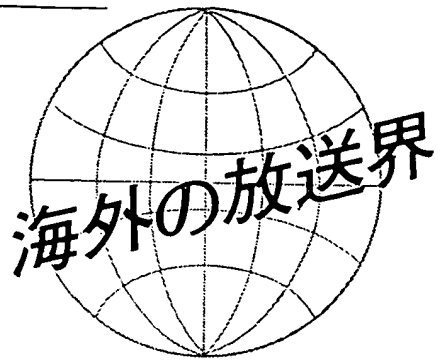
またSAT1のモーニングテレビは、SAT1ではよう(Mein Morgen mit SAT 1)のタイトルで早朝六時から九時までの三時間にわたり、RTL-PLUSと大体同様の番組編成で放送されている。

九月二三日のRTL-PLUSモーニングテレビ初日は、開始当初のこととあって技術的障害が何度か発生したが、番組全体としては一応順調に送出された。突然の繰り上げ実施のため、この朝、番組を實際に見た視聴者の数は少なかったが、親しみが持てる、構成がまとまっている、など概して好意的な反響が寄せられた。

英、仏、スペイン、イタリアに続く西独のモーニングテレビはこのように二つの民放局によって始められたが、近い将来、公共放送も追随することは必至とみられる。(上野正英)
《"FAZ", "SZ", "Die Welt" 87.9.24ほか》

黒い噂や大統領からの批判
権威を問われる仏CNCL

フランスの放送に関する独立行政機関であるCNCL(コミュニケー



放送情報調査部

- ▽英政府、近く放送白書を発表
- ▽西独、放送衛星11月打ち上げ
- ▽西独、モーニングテレビ開始
- ▽仏、大統領がCNCLを批判
- ▽英、ケーブル政策変更の動き
- ▽米テレビ新シーズンの話題
- ▽米ソ共同でビデオ制作
- ▽ソ連、番組妨害で処罰

▽短信

英政府、今年末または 明年初めに放送白書を発表

サッチャー首相は九月二日、首相官邸に関係者を集め、放送の将来に関する意見を聞くためのセミナーを開催した。セミナーはハード内相、ヤング通産相、ロソン蔵相、レントン放送担当内務閣外相のほか、放送事業や広告事業、技術関係などの代表者が出席して開かれ、サッチャー首相は席上、「競争制限的慣行を実施している最後の砦のようなテレビの現状に終止符を打ちたい」と述べるとともに、次のような希望を明らかにした。

▼衛星とケーブルの成長が予想されるが、さらに地上波のテレビ・チャンネル、いわゆる第五チャンネル・テレビを新設する。

▼特に外国から衛星で送信される過度の性描写と暴力シーンを売りものにした番組の規制を強化する。

▼選択機会の拡大、多様性および競争促進のための制度改革方針を内容とする放送白書を今年末または明年初めに発表する。

第五チャンネル構想は、ピーコック勧告を受けた内務省が、BBCテレビの有料方式化の諸側面について

CSPインターナショナル社に予備調査を依頼し、同社がその調査結果として報告したものである。現在イギリスはテレビを四系統放送しているが、CSPインターナショナル社の報告書は、未使用のUHF四波による第五テレビ・チャンネル（国土の七〇%をカバー）開設の可能性を示唆している。報告書は、受信料制度の代替としてBBCテレビの有料方式化を提言したピーコック勧告に対しては否定的見解を示しているが、BBCと商業テレビの午前零時以降における深夜放送や第五テレビなどの新規サービスについては、有料方式化も可能だとしている。

セミナーではサッチャー首相は、第五テレビが既存商業局による広告放送収入の独占状態を解消することに期待するとともに、第五テレビが小規模視聴者を対象とするコミュニティ・テレビとして、都市再開発の機能を果たすよう期待していると述べている。これを受けて、イギリス広告主協会のジョンソン会長は、コミュニティ・テレビとしての第五テレビが既存局より低料金の広告時間の提供と地元広告主のひきつけを可能にし、地域センターとして都市活性化に貢献できると主張した。

しかし、使用予定のUHF四波の

うち一波は電波天文学の研究用のものであり、内務省筋からは周波数確保の点などで、第五テレビ実現を困難視する見解も伝えられている。

また、チャンネル4社のジェレミー・アイザックス社長が指摘するよう、番組の規制強化は政府の放送規制緩和方針とも矛盾するものであり、性と暴力を中心とした番組規制をめぐる問題についても今後の成り行きが注目される。

ピーコック報告後一年有余にわたる各種論議を踏まえながら、今年末から来年初めにかけて政府方針が白書の形にまとめられたあと、一九八八年秋には制度改革のための法案が議会に提出される見通しとなっており、イギリスではピーコック提言への取り組みがいよいよ具体化してきたといえよう。

(西谷 茂)

《"Observer" 1987. 9. 20, "The Times" 1987. 9. 22, 23, "Financial Times" 1987. 9. 22, "Broadcast" 1987. 9. 25ほか》

西独放送衛星一一月に 打ち上げへ

ヨーロッパの衛星打ち上げ用ロケット、アリアースは去る九月一五日に運行を再開したが（一〇月号本欄

松の審査会に何人の応募があったか、何県からだれが(何人)選ばれたか、短く区切って伝えと、メリハリのきいた文になる。

(柴田委員)

なお、香川県からミス瀬戸大橋博に二人選ばれたのだから、一人だけ名前を明示して「さんら二人」とするより、もう一人の名前も出すほうが地域放送により密着したものになるとの意見も出た。

⑤「表敬訪問」とは、本来、外交上の公式行事だが、最近、地域の地位の高い人を訪問する時にも使われている。乱用気味なので、この場合は、「あいさつに訪れた」でよいのではないか。

〈例文3〉(テレビニュース)

(前略) 松山市の堀江海水浴場で、夏休み子どもたちが⑥真夏の日ざしが照りつけるなか、元気に泳ぎまわっていました。

ところで松山地方気象台のまとめによりますと、先月八日に⑦梅雨入りして以来の降水量ですが、宇和島で五八六ミリと、平年に比べて三八パーセント多くなつたほか、⑧松山では四二六・五ミリで、これも⑨平年を一〇パーセント上回りました。

⑩今年の梅雨は空梅雨気味でしたが、高松地方気象台がいったん梅雨が明けたとみられると発表した今月九日の段階では、松山・宇和島とも

降水量が平年の六五パーセントしかありませんでした。

しかし、その後の台風五号の北上や、再び活発になつた梅雨前線の影響による長雨で、⑪降水量が一気に増えて、今年の夏は水不足の心配はなさそうです。

⑥「真夏の太陽が照りつける」とするが「真夏の暑い日ざしのもとで」とするのが適切な表現である。(柴田委員)

⑦「梅雨入り」という四文字の語に「する」はつけないほうがよい。「梅雨に入つて」と言う。

⑧降水量の表記は、小数点をつけるか、つけないか、いずれかにする。例文のように松山に小数点をつけるなら、宇和島も「五八六・〇ミリ」とそろえる。小数点をつけない場合、松山は小数点以下を切り上げて、四二七ミリとしてもかまわない。(宮沢専門委員)

⑨宇和島は「平年に比べて三八パーセント多くなつた」と表現している。松山も、これにならって、「平年に比べて、一〇パーセント多くなりました」とそろえたほうがよい。(宮沢専門委員)

⑩この前の部分で、梅雨に入ってから降水量が、宇和島、松山とも平年に比べて多くなつてると述べている。それでは「今年の梅雨は空梅雨気味」とはいえないことになる。しかし、梅雨入り

の初期は確かに空梅雨気味だったので、次のように書き替えてはどうだろうか。

「今年の梅雨は、高松地方気象台がいったん梅雨明けを発表した今月九日の段階では空梅雨気味で、松山・宇和島とも降水量が平年の六五パーセントしかありませんでした。」(宮沢専門委員)

⑪集中豪雨で一気に降水量が増えることはあるが、「長雨」と「一気に増える」とは対応しないのではないか。長雨で増えるのはあたりまえだから、「平年を上回り」とするか、「水不足とは逆の状態で」「転して」というところだろう。(柴田委員、宮沢専門委員)

〈例文4〉(テレビニュース)

室戸岬を進んでいる台風七号の影響で、徳島県南部に波浪警報が出されるなど、徳島地方の沿岸では波とうねりが高くなつており、徳島と阪神、和歌山を結ぶフェリーなどに欠航が相次いでいます。

徳島地方気象台の観測によりますと、⑫小型で並の強さの台風七号は、午前一一時現在、室戸岬の南、およそ一九〇キロの海上を、一時間に三〇キロの速さで北東に進んでおり、これに伴って⑬徳島県地方は、今後、急に雨と風が強くなるおそれがあります。室戸レーダーでは、台風の外側の

雲が県南部にかかりはじめており、⑭きょう日中から夜にかけての雨量は、五〇ミリから七〇ミリ、多いところで一〇〇ミリ前後に達する見込みだということです。(略)

⑮これは時と場合によっては適切な表現である。しかし「小型で並の」は、聞き手に安心感を与え、警報の意味が伝わりにくい。決して安心できる状態ではないのだが。かつて、九州で「並の」の表現を聞いて人々が油断し、大きな被害が出たという。警報が出ている時は、「小型で並の強さ」といわないことだ。(宮沢専門委員)

⑯府県などの天気予報の場合、「〇〇県地方」とは言わないのが原則である。「これに伴って徳島県は……」とする。⑰雨量を伝えるときは、いつからいつまでのものか、はっきりさせる。「きょう昼過ぎから夜半ごろまで」などが適当と思われる。(宮沢専門委員)

(丸田実)

第一〇三八回放送用語委員会

(松山管内)

開催日 昭和六二年九月一六日、

一七日

出席者 柴田武氏、宮沢清治氏

三嶋松山放送局長ほか

忙しい中でこそ名文が書ける

■放送用語委員会から■

松山の放送用語委員会は、放送用語委員の柴田武氏と専門委員に日本気象協会の宮沢清治氏を招き、一般ニュース・番組と、気象のことばについて検討した。一般に、ある制限の中で文章を書くといえるものができる。放送現場でも忙しい中でこそ名文ができるのではないか。柴田氏の発言である。今回も水準をいくものが多かったが、いくつかの指摘があったので、次に報告する。

〈例文1〉 (ラジオニュース)

議長選挙をめぐる贈収賄事件で①二十六人の議員のうち一〇人が辞職した松前町議会は、きょう②自主解散し、四〇日以内に③出直し選挙が行われることになりました。

松前町議会では、去年とおとしの議長選挙をめぐる贈収賄事件で、二十六人の議員のうち九人が逮捕され、昨日までにこの九人全員と、書類送検された別の一人の合わせて一九人が辞職しています。

④松前町議会解散のための臨時議会は、きょう午前一〇時から開かれ、直ちに自主解散の決議案が提案されました。

自主解散に関する特例法では、松

前町議会の場合、今の議員数一六人のうち一二人が出席し、一〇人の同意が必要ですが、きょうの臨時町議会には一六人の議員全員が出席して、全会一致で自主解散の決議案を可決しました。

これによって松前町では、明日から四〇日以内に町議会議員選挙が行われることになり、今のところ、九月一日に告示、六日に投票という見方が有力です。⑤(以下略)

①リードの中で、このような数字は不要である。「」でゆれている」とするか、省略してもよい。(柴田委員)

②このニュースで重要なことは、議会の自主解散と四〇日以内の選挙である。リードの「自主解散」の意味がよくわからないうえ、四〇日以内の選挙へのつながりが弱い。「自主解散、つまり、議員自らの提案で解散したので、また「」解散しました。このため、こうすると具体的に、つながりも明確になるだろう。(柴田委員)

町議会の「自主解散」は耳慣れない言葉であるが、地方議会の解散でも、極めてまれなケース。地方公共団体の議会の解散に関する特例法に基づくもので、議

員自らの提案、議決で解散できることになっている。

③この言葉は、贈収賄事件にかかわった議員のしよく罪に使われる危険があるので注意したいところである。

④町議会の選挙は、地元住民の関心事であり、ニュースバリューは、ここにおくという判断もできる。そこで、整理してみる。例文の順序は、自主解散の決議案提案、特例法の必要議員数の説明と決議案の可決、四〇日以内の選挙となっている。リードの例でも指摘したように、本記でも、決議案の可決を先にとりあげ、選挙の話に直結させる。中間の特例法の細かい数字は大切ではあるが、ここでは不要と思われる。後ほど、先月廃案になった事情を説明する際(例文略)、入れてもよいと思う。④⑤を試みに次のように書き替えてみた。

「松前町議会は、今日午前一〇時から、残っている一六人の議員全員が出席して開かれ、直ちに、自主解散の決議案を提案、全会一致で可決しました。これによって松前町では、明日から四〇日以内に町議会議員選挙が行われることになりました。選挙は、今のところ、九月一日に告示、六日に投票となりそうです。」

〈例文2〉 (ラジオニュース)

四国各県から、昨夜選ばれたばかりの④五人のミス瀬戸大橋博が、きょう、香川県庁を訪れ、荻野副知事の激励を受けました。

⑤来年の三月、坂出市で始まる瀬戸大橋架橋記念博覧会のPR役を務めるミス瀬戸大橋博には二五六人の応募があり、昨夜、高松まつりのメイン会場で行われた審査会で、満濃町の氏家智寿子さんから香川県から二人、四国のほかの三県からひとりずつの五人が選ばれました。⑥

五人は、きょう午前、香川県の荻野副知事を⑥表敬訪問しました。(略)

④英語の表現の影響か。日本語では数字は本来、副詞的に言う。「ミス瀬戸大橋博、五人が」としたい。(柴田委員)

⑤「ミス瀬戸大橋博にかかる修飾部が長い。色々な項目が一つのセンテンスに盛りこまれているので、メリハリのない文章になっている。ミス瀬戸大橋博を主語として冒頭に出し、修飾部を後につければ、かなり理解しやすくなる。例えば「ミス瀬戸大橋博は、来年の三月坂出市で開かれる瀬戸大橋架橋記念博覧会のPR役を務めますが」とする。以下、高

〇〇台、一年前の同じ時期の五〇パーセント増しです。

系列の造船メーカーからの派遣工員も④受け入れてのフル操業、一部の工程では二四時間態勢に切りかえ、残業時間も⑤工場全体でひと月に五〇〇時間も③増えました。円高で輸出の比率は五〇パーセントから三〇パーセント台に減りましたが、その分を国内需要で補ってあまりある勢いです。

昨年度半減した経常利益も④、今年度は一気に倍増し、一昨年の水準にもとる見通しです。

この短いレポートに、助詞「も」が四か所(①)~(④)使われている。おそらく、「も」の多用は、報告者自身の一種の口ぐせだと思われるが、水谷委員から「も」の使い方について次のような指摘があった。

助詞「も」にはあいまいなムードを出す働きがある。一つのレポートの中に「も」が多用されると、それがレポート全体の姿勢にかかわってくる。したがって、「も」の使用には十分に配慮し、断定の助詞「は」が使えるときは、「も」を乱用すべきではない。

『日本文法大辞典』(松村明編、明治書院)では係助詞「も」の意味について、次のような記述がある。

「も」は「は」と同様、提題の助詞であるが、「は」が特に他と区別して一つのものをとりたててののに対し、「も」は常にそれと事情の類似しているものが他にもあることを前提として提示するのに用いられる。

例文①④の「も」は、いずれも「も」を使う必要がないケースである。このような「も」の安易な使用は、レポート全体の姿勢をあいまいなものにする。特に今回のような経済関係のレポートは、事実を客観的に伝えることが肝要であり、助詞ひとつといえども、その使い方には十分な注意が必要であらう。

◎その他の指摘事項

物価が安定している中で、とりわけ大都市のデパートの売り上げが好調です。

「……している中で」という言い回しはニュースなどによく出てくるが、論理関係があいまいである。「……ので」か、「……が(しかし)」かを明確にすべきである。

(柴田委員)

原材料のナフサの値下がり度コストは大幅に下がりましたが、自動車や家庭電器などユーザー業界の力が強いことから、製品価格は去年はコストの低下以上に下がりました。

典型的な書き原稿であり、「コスト」

や「ユーザー業界」といった業界用語が出てきて、内容がよくわからない。また、「ユーザー業界の力が強いことから」が「製品価格は去年はコストの低下以上に下がりました」に続くには、やや飛躍があり、説明不十分である。例文のコメントは、三つのセンテンスに分けたほうがいい。

(柴田委員)

そこで、例文を三つのセンテンスに分ければ、次のようになる。

(1) 「原材料のナフサの値下がり度、経費は大幅に下がりました。」

(2) 「しかし、自動車や家庭電器などナフサを使う業界は、さらに価格の引き下げをするように厳しい圧力をかけてきました。」

(3) 「このため、ナフサの製品価格は去年は経費の低下以上に下がりました。」

専門用語と視聴者の理解度

今回の経済レポートの中では、「景気底入れ宣言」「業種と地域」「公共事業の前だし発注」「経常利益」「景気が底をうつ」「ソフト企業」といった経済分野の専門用語が登場した。これらのことが、一般の視聴者にどの程度理解されているか、という問題がある。

本委員会に先立って行われた小委員会でも、このような専門用語の扱いについて意見が交された。

これについて、番組担当者(NC9)および「取材センター(経済)」のほうか

ら、次のような意見が出された。

・経済活動の動きが以前に比べて早くなっており、送り手は、それらの情報を早く正確に伝えなければならぬ。

・ビジネスマンをはじめ家庭の主婦でも、「経済知識」が以前に比べて豊富になっており、視聴者の理解度もかなりあるのではないかと。

・わかりにくいことばに一つ一つ解説を加えるとすれば、センテンスは長くなり、そのぶん必要な情報が削られる。

以上のことから、現在、視聴者の対象は、ある程度の経済知識をもった人を前提にしてもいいのではないかと、というところである。

番組制作側からのこの問題提起は、専門用語についての古くて新しい問題である。ただ、この考えを押し進めていくと、送り手の「ひとりよがり」になっていくことは否めない。

今回の議題の中でも、ちよつとした配慮でわかりやすくなったことばやセンテンスがかなりあった。わかりやすさへの不断の努力は、放送では宿命的な課題であるといえる。

(最上勝也)

第一〇三七回放送用語委員会(東京)

開催日 昭和六十二年九月一〇日

出席者 柴田武氏、扇谷正造氏

吉沢典男氏、水谷修氏

放送のことは

放送研究部

取材談話（シングル）の処理に工夫を

昭和六十二年度の国内放送番組編集方針の重点事項のトップに、「内外の経済構造の変動や社会環境の急激な変化に伴う問題を、国民生活の視点から深く掘り下げて伝える番組を積極的に編成する」として、経済関係のニュースや番組の充実・強化をにかけている。

放送用語委員会でも、今年度の重点テーマとして、経済関連の議題を二回にわたって取り上げることにする。

今回は、「ニュースセンター9時」のいわゆる経済企画もの二本で、いずれも記者リポートである。

番組担当者の話では、日米半導体問題、円相場、包括貿易法案などの最近の国際経済ニュースでは、いずれも関係当事者のインタビュー（シングル）で構成されるものが多くなっている、ということである。

その背景は、最近の経済の動きがはげしいうえ、視聴者のニーズが速報性、つまり「ナマ」の情報を求めるようになってきているからだという。

今回議題とした二本のリポートについての、全体的な講評は次のとおり。

・仲間うち「のことはでしゃべっている。また、インタビューされた人の談話（シングル）がよくわからないのに、聞き返してもせず話を進めている。」

（柴田委員）

・番組の視聴対象をどのような人に置くのか。一定のレベル（経済知識）をもった人か、一般向けか。一般向けなら基本的なことばについて、もっと説明が必要だ。

（扇谷委員）

・キャスターのことはの中に、ていねい語が多い。「降ってわいたような○○」と言ふべきところを、ていねい語を使つたために「降ってわいてまいりました○○」となっておかしな言い回しになっている。

（吉沢委員）

・話の中にわからないことばが出てくると、その後がついていけない。

素材のインタビュー部分（シングル）をどう処理するのか、も大切である。

経済関係の番組には、「刺激的、厳

しい、激しい、飛ぶような」といった形容句がよく出てくるが、これはリポートの伝える態度にもかかわってくる。

（水谷委員）

以下、個別の指摘を報告する。

◎取材談話（シングル）の扱い

前述したように、最近の経済ニュースでは、できるだけ「ナマ」の情報を伝えるために、シングル（当事者の取材談話）を多用する傾向があるが、これを全体の運びの中でどうわかりやすく処理するかポイントであろう。わかりにくいシングルをそのまま出したままでは、意味がない。

米國三菱自動車販売

社長 永沼一衛さんの話

その、小さな車がないと、お客様が寄って来ないと、アメリカのメーカーが自分で開発して、自分で作って、売ってもらう必要があると、採算がとれてる車が売れなくなるってこと

■放送用語委員会から■

ですから、ですから日本車を全部追いつくことですね、そういうことは、ちょっと非常に考えにくいんですけど、それがひとつの日本のメーカーと、アメリカのメーカーが共存しようとしている、ひとつの努力の現れだと思っんですね。

このシングルの内容が少しもわからない、と各委員から指摘された。

ここでは「アメリカのメーカーも、小型で性能のいい日本車を販売ラインに加えることで、より多くの客を引き付けようという戦略がある。要するに、アメリカのメーカーも日本のメーカーも共存できる」ということである。

このような場合、報告者はシングルを受けて、わかりやすく注釈するなり、解説を付けたりすることが必要である。

◎助詞「も」の使い方

（水谷委員）

この建設機械メーカーでひと月に作られるパワーシャベルは現在一二

総合テレビ (全国)

高位10番組

曜日・開始時刻・番組名・視聴率の順
#は帯番組で最も高いもの
放送時間10分以上の番組
(以下同様)

○57年

月 7:00	#ニュースワイド1	24.1
月 19:30	ウルトラアイ	17.6
月 7:25	#ニュースワイド2	17.0
日 20:00	時の群像	16.6
水 19:30	連想ゲーム	16.1
日 12:15	のど自慢	16.1
日 19:20	クイズ面白ゼミナール	15.7
月 8:15	#ハイカラさん	15.2
日 12:00	#正午のニュース	15.0
日 7:00	ニュース	14.6

関東高位10番組

○52年	(%)
月 7:00	#朝7時のニュース 26.5
木 7:20	#ローカル 21.6
月 19:00	#夜7時のニュース 17.1
日 20:00	花神 17.1
日 19:20	お笑いオンステージ 16.6
月 6:30	#明るい農村 16.6
木 8:15	#いちばん星 16.4
木 7:35	#スタジオ102 16.3
日 12:00	#正午のニュース 15.3
日 12:15	のど自慢 14.7

○58年

日 20:00	徳川家康	23.8
月 8:15	#おしん	22.4
日 19:20	クイズ面白ゼミナール	21.8
月 7:00	#ニュースワイド	16.6
日 12:15	のど自慢	15.2
日 19:00	#夜7時のニュース	14.5
月 19:30	ウルトラアイ	14.5
日 12:00	#正午のニュース	14.0
水 19:30	連想ゲーム	13.9
月 12:45	#おしん(再)	13.0

○52年

総合 月 7:00	#朝7時のニュース	28.3
総合 月 7:20	#ローカル	23.7
TBS 土 20:00	8時だョ全員集合	20.3
NTV 金 20:00	太陽にほえろ	20.3
NTV 水 19:30	巨人-中日	18.7
総合 木 8:15	#いちばん星	18.6
NTV 土 19:30	巨人-阪神	18.4
NTV 火 19:30	巨人-中日	18.1
総合 木 7:35	#スタジオ102	17.6
総合 月 19:00	#夜7時のニュース	16.2

○53年

火 7:00	#朝7時のニュース	24.1
日 20:00	黄金の日日	20.3
土 7:20	#ローカル	19.3
日 12:15	のど自慢	18.8
日 20:50	人間模様・夫婦	18.4
日 12:00	#正午のニュース	17.6
日 19:20	お笑いオンステージ	16.8
月 8:15	#おていちゃん	16.5
日 19:00	#夜7時のニュース	16.4
月 6:30	#明るい農村	15.3

○59年

日 19:20	クイズ面白ゼミナール	17.3
月 6:45	#ニュースワイド	16.5
月 8:15	#ロマンス	15.4
日 12:00	#正午のニュース	14.2
日 12:15	のど自慢	13.9
日 19:00	#夜7時のニュース	13.2
月 19:30	ウルトラアイ	12.7
水 19:30	連想ゲーム	12.6
日 20:00	山河燃ゆ	12.2
土 19:20	古賀政男音楽賞	12.0

○53年

TBS 土 20:00	8時だョ全員集合	25.7
総合 金 7:00	#朝7時のニュース	24.3
TBS 金 21:00	赤い絆	19.4
総合 土 7:20	#ローカル	18.8
総合 火 8:15	#おていちゃん	17.6
総合 日 20:00	黄金の日日	17.4
TBS 土 19:30	クイズダービー	16.4
総合 日 12:15	のど自慢	16.1
総合 日 12:00	#正午のニュース	16.0
総合 日 19:00	#夜7時のニュース	16.0
総合 土 7:35	#スタジオ102	16.0

○54年

月 7:00	#朝7時のニュース	26.7
木 7:20	#ローカル	21.3
日 20:00	草燃える	19.3
水 19:30	連想ゲーム	16.9
土 19:20	中日-巨人	16.7
月 8:15	#マー姉ちゃん	16.4
月 19:00	#夜7時のニュース	16.1
土 7:35	#スタジオ102	15.8
日 19:20	お笑いオンステージ	15.5
月 6:30	#明るい農村	15.3

○60年

月 8:15	#濡つくし	20.1
月 6:45	#ニュースワイド	15.4
日 12:15	のど自慢	14.2
日 12:00	#正午のニュース	13.7
日 19:20	クイズ面白ゼミナール	13.5
月 19:00	#夜7時のニュース	12.9
日 20:00	春の波濤	12.4
土 19:20	古賀政男音楽賞	12.2
水 19:30	連想ゲーム	12.2
月 21:00	#ニュースセンター9時	11.9

○54年

総合 月 7:00	#朝7時のニュース	27.4
総合 木 7:20	#ローカル	22.3
TBS 木 21:00	ザ・ベストテン	21.1
総合 金 8:15	#マー姉ちゃん	18.5
総合 日 20:00	草燃える	18.3
NTV 金 20:00	太陽にほえろ	18.2
総合 土 7:35	#スタジオ102	17.9
NTV 木 19:30	ドミノ倒し世界新	17.4
総合 土 19:20	中日-巨人	16.8
TBS 土 20:00	8時だョ全員集合	16.7

○55年

月 7:00	#ニュースワイド1	24.3
月 8:15	#なっちゃんの写真館	18.8
日 12:15	のど自慢	17.5
月 7:25	#ニュースワイド2	17.2
水 19:30	連想ゲーム	17.1
日 12:00	#正午のニュース	15.8
月 19:00	#夜7時のニュース	14.7
日 7:00	ニュース	14.7
日 20:00	獅子の時代	14.2
月 6:30	#明るい農村	14.2

○61年

日 20:00	いのち	19.4
土 8:15	#はね駒	18.4
月 19:00	#夜7時のニュース	15.2
月 6:45	#ニュースワイド	14.6
日 19:20	クイズ面白ゼミナール	14.2
水 19:30	連想ゲーム	14.1
日 20:45	ニュース	13.6
日 12:15	のど自慢	13.5
日 12:00	#正午のニュース	13.5
水 20:00	武蔵坊弁慶	12.8

○55年

TBS 土 20:00	8時だョ全員集合	25.3
総合 月 7:00	#ニュースワイド1	24.5
フジ 日 19:00	ヤクルト-巨人	18.5
総合 月 8:15	#なっちゃんの写真館	18.5
総合 金 7:25	#ニュースワイド2	17.5
総合 日 12:15	のど自慢	16.1
総合 日 12:00	#正午のニュース	15.4
総合 水 19:30	連想ゲーム	15.3
総合 木 7:45	#ニュースワイド3	15.1
TBS 木 21:00	ザ・ベストテン	15.1

○56年

日 20:00	おんな太閤記	25.2
月 7:00	#ニュースワイド1	23.9
月 19:30	広島-巨人	19.7
土 7:25	#ニュースワイド2	17.4
水 19:30	連想ゲーム	17.4
日 12:15	のど自慢	15.7
月 19:00	#夜7時のニュース	15.6
日 12:00	#正午のニュース	15.2
月 8:15	#まんさくの花	15.0
日 7:00	ニュース	14.4

○62年

日 20:00	独眼竜政宗	30.3
日 20:45	ニュース	18.3
月 8:15	#チョッちゃん	18.0
月 6:45	#ニュースワイド	14.9
月 19:00	#夜7時のニュース	14.6
日 12:15	のど自慢	14.5
日 12:00	#正午のニュース	14.4
日 19:20	クイズ面白ゼミナール	13.5
水 19:30	連想ゲーム	12.8
月 21:00	#ニュースセンター9時	12.5

○56年

総合 月 7:00	#ニュースワイド1	23.6
総合 日 20:00	おんな太閤記	22.8
総合 月 19:30	広島-巨人	20.3
TBS 水 19:30	中日-巨人	18.8
TBS 木 21:00	ザ・ベストテン	18.7
総合 火 7:25	#ニュースワイド2	18.2
NTV 日 19:00	巨人-阪神	17.8
TBS 土 20:00	8時だョ全員集合	17.4
フジ 火 19:00	中日-巨人	16.7
総合 月 8:15	#まんさくの花	16.1

○57年			
総合	月 7:00	#ニュースワイド1	23.3
フジ	月 21:00	鉄ドン良い子悪い子	17.8
NTV	日 19:00	巨人-阪神	16.8
総合	土 7:25	#ニュースワイド2	16.5
TBS	木 21:00	ザ・ベストテン	16.5
総合	月 8:15	#ハイカラさん	16.1
総合	月 19:30	ウルトラアイ	15.6
NTV	土 19:00	巨人-阪神	15.2
総合	日 12:00	#正午のニュース	14.5
NTV	金 19:00	巨人-阪神	14.5

○58年			
総合	土 8:15	#おしん	22.2
総合	日 20:00	徳川家康	22.0
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	21.8
総合	木 7:00	#ニュースワイド	16.8
総合	月 19:30	ウルトラアイ	15.0
TBS	木 21:00	ザ・ベストテン	14.7
フジ	月 21:00	鉄ドン良い子...	14.7
朝日	水 21:00	鉄ちゃんのだとまでやるの	14.7
フジ	火 19:00	大洋-巨人	14.6
TBS	水 19:00	大洋-巨人	14.6

○59年			
総合	月 6:45	#ニュースワイド	17.8
フジ	日 19:03	ヤクルト-巨人	17.2
総合	木 8:15	#ロマンス	16.9
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	16.8
TBS	月 20:00	水戸黄門	15.5
フジ	火 21:00	なるほどザ・ワールド	15.4
TBS	木 21:00	ザ・ベストテン	15.4
フジ	火 19:03	中日-巨人	14.4
フジ	土 20:00	オレたちひょうきん族	14.4
TBS	木 22:00	世界まるごとHOWマッチ	14.0

○60年			
総合	月 8:15	#清つくし	19.4
フジ	火 19:03	阪神-巨人	15.6
総合	月 6:45	#ニュースワイド	15.5
TBS	月 20:00	水戸黄門	15.4
朝日	水 19:03	阪神-巨人	13.7
TBS	日 19:03	中日-巨人	13.2
フジ	火 21:00	なるほどザ・ワールド	12.5
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	12.5
NTV	木 19:00	阪神-巨人	12.3
フジ	土 19:03	中日-巨人	12.0

○61年			
総合	日 20:00	いのち	18.2
総合	月 8:15	#はね駒	17.9
総合	月 19:00	#夜7時のニュース	14.7
TBS	土 20:00	ごきげんテレビ	14.6
総合	月 6:45	#ニュースワイド	14.5
総合	水 19:30	連想ゲーム	13.6
フジ	日 19:00	タッチ	13.1
TBS	月 20:00	水戸黄門	12.8
TBS	木 20:00	世界まるごとHOWマッチ	12.5
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	12.3

○62年			
総合	日 20:00	独眼竜政宗	28.6
総合	月 8:15	#チョッちゃん	18.6
フジ	水 19:03	ヤクルト-巨人	17.1
フジ	火 19:03	ヤクルト-巨人	15.8
総合	月 20:45	夜8時45分のニュース	15.0
総合	土 6:45	ニュースワイド	14.8
総合	日 12:00	#正午のニュース	14.2
総合	日 19:00	#夜7時のニュース	14.0
TBS	日 19:03	広島-巨人	13.4
TBS	火 20:00	ママはアイドル	12.6
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	12.6

近畿高位10番組

○57年			
読売	金 19:00	巨人-阪神	17.4
読売	日 19:00	巨人-阪神	17.0
毎日	木 21:00	ザ・ベストテン	17.0
関西	月 21:00	鉄ドン良い子...	16.6
朝日	日 20:00	西部警察	16.3
朝日	金 22:00	必殺仕事人	15.6
読売	月 20:00	ザ・トップテン	15.5
読売	土 19:00	巨人-阪神	15.0
読売	木 21:02	ドラマ・レイプ	14.7
毎日	月 20:00	大岡越前	14.3

○58年			
総合	日 20:00	徳川家康	21.7
総合	水 8:15	#おしん	19.0
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	17.8
朝日	金 22:00	必殺仕事人	15.2
毎日	日 21:00	日曜劇場	14.9
毎日	土 19:30	クイズダービー	14.5
毎日	月 19:00	クイズ100人に聞きました	14.1
関西	火 21:00	なるほどザ・ワールド	13.6
朝日	水 21:00	鉄ちゃんのだとまで...	13.6
毎日	月 20:00	大岡越前	13.4

○59年			
毎日	木 21:00	ザ・ベストテン	15.9
関西	火 21:00	なるほどザ・ワールド	15.4
毎日	木 22:00	世界まるごとHOWマッチ	15.1
朝日	金 22:00	必殺仕事人	13.5
毎日	月 20:00	水戸黄門	13.4
毎日	土 19:30	クイズダービー	13.4
関西	土 20:00	オレたちひょうきん族	13.4
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	13.1
朝日	水 21:00	鉄ちゃんのだとまで...	12.7
毎日	土 19:00	まんが日本昔ばなし	12.3

○60年			
朝日	水 19:03	阪神-巨人	19.5
毎日	月 20:00	水戸黄門	16.1
総合	土 8:15	#清つくし	14.8
関西	水 19:03	阪神-巨人	13.4
総合	日 19:20	クイズ面白ゼミナル	12.0
関西	火 21:00	なるほどザ・ワールド	11.7
総合	土 19:20	古賀政男音楽賞	11.4
読売	木 19:00	阪神-巨人	11.3
総合	月 19:00	#夜7時のニュース	11.3
総合	月 21:00	#ニュースセンター9時	11.0
関西	土 19:03	中日-巨人	11.0

○61年			
読売	火 19:00	巨人-阪神	17.3
総合	日 20:00	いのち	16.9
読売	水 19:00	巨人-阪神	16.7
毎日	月 20:00	水戸黄門	16.1
総合	水 8:15	#はね駒	15.1
読売	木 19:00	巨人-阪神	13.9
関西	日 19:00	タッチ	13.4
総合	金 19:00	#夜7時のニュース	13.0
朝日	土 21:00	土曜ワイド劇場	12.7
関西	日 19:30	愛少女ボリアンナ	12.7

○62年			
総合	日 20:00	独眼竜政宗	26.0
総合	金 8:15	#チョッちゃん	13.8
関西	土 20:00	オレたちひょうきん族	12.9
総合	日 20:45	夜8時45分のニュース	12.9
総合	水 19:30	連想ゲーム	12.8
毎日	火 20:00	ママはアイドル	12.7
朝日	金 19:00	ドラえもん	12.6
朝日	火 19:00	藤子不二雄ワイド	11.8
関西	日 19:00	陽あたり良好	11.6
朝日	土 21:00	土曜ワイド劇場	11.1
関西	月 19:00	さんまのまんま	11.1

○52年			
毎日	土 21:00	Gメン75	19.4
朝日	日 19:30	一休さん	18.0
読売	土 19:30	巨人-阪神	17.4
毎日	金 21:00	赤い激流	17.3
毎日	土 20:00	8時だョ全員集合	16.9
朝日	火 22:00	プロポーズ大作戦	16.8
総合	月 7:00	#朝7時のニュース	16.8
毎日	日 21:00	日曜劇場	15.0
読売	土 22:00	ウイークエンダー	15.0
毎日	土 22:00	三ッ首塔	14.8

○53年			
毎日	土 20:00	8時だョ全員集合	20.7
毎日	金 21:00	赤い絆	19.5
総合	日 20:00	黄金の日	19.1
毎日	月 20:00	大岡越前	19.1
毎日	日 20:50	人間模様・夫婦	19.0
毎日	土 19:30	クイズダービー	18.3
毎日	土 21:00	Gメン75	18.0
朝日	火 22:00	プロポーズ大作戦	15.8
総合	月 7:00	#朝7時のニュース	15.7
毎日	日 19:00	アップダウンクイズ	14.7

○54年			
毎日	木 21:00	ザ・ベストテン	18.4
総合	日 20:00	草燃える	16.9
読売	金 20:00	太陽にほえろ	16.8
読売	木 19:30	ドミノ倒し世界新	16.4
毎日	土 20:00	8時だョ全員集合	15.6
毎日	木 20:00	道	15.4
毎日	土 19:30	クイズダービー	15.0
総合	木 7:00	#朝7時のニュース	14.0
毎日	日 19:30	中日-巨人	13.0
関西	日 20:00	家族対抗歌合戦	13.0

○55年			
毎日	土 19:30	クイズダービー	22.5
毎日	土 20:00	8時だョ全員集合	20.5
総合	月 7:00	#ニュースワイド1	16.4
毎日	土 21:00	Gメン75	16.2
総合	月 8:15	#なつちゃんの写真館	15.9
毎日	土 19:00	まんが日本昔ばなし	15.4
毎日	木 21:00	ザ・ベストテン	14.9
毎日	月 20:00	江戸を斬る	14.7
朝日	土 20:00	吉宗評判記	14.5
毎日	月 19:00	クイズ100人に聞きました	14.5
総合	水 19:30	連想ゲーム	14.5

○56年			
総合	日 20:00	おんな太閤記	22.2
毎日	土 20:00	8時だョ全員集合	16.8
金	22:00	必殺仕事人	16.3
朝日	月 19:00	クイズ100人に聞きました	16.3
毎日	木 21:00	ザ・ベストテン	15.6
毎日	土 19:30	クイズダービー	15.5
朝日	土 21:02	ワイド劇場	14.6
総合	月 19:30	広島-巨人	14.6
総合	水 19:30	連想ゲーム	13.9
読売	日 19:00	巨人-阪神	13.8

た、を感じさせる。

○おしんドローム

ドラマに見られる第二の変化は、異例とも思える高視聴率番組が出現したことである。

NHKの連続テレビ小説はベストテンの中心にはあったが、五八年のおしんではおしんドロームと呼ばれるほど話題になり同年の第一位になる。この年以降、濁つくしなど連続テレビ小説はベストテン上位を占めるようになる。また、大河ドラマのち、独眼竜政宗が連続して一位となり、後者は異例の視聴率の高さとなる。

高位番組の視聴率は全体的に年々低下している中で、これらドラマの視聴率が五〇年代前半に比べて必ずしも高いとは言えない。しかし、他番組の視聴率が低い中では目立ち、やはり特殊な条件を想定させる(表4)。

○高視聴率の条件

まず連続テレビ小説、大河ドラマは習慣的な視聴が多い番組である。これは、開始時点で前シリーズの視聴者の多くを受け継げること、一度見た人が次回も見ることが高いことを意味する。

内容的には、橋田寿賀子、ジェー

ムス三木などの手慣れた作者によるドラマであった。しかもただ単に面白いだけでなく、視聴者に共感を持って見られたと思われる。おそらく、親子愛、夫婦愛といった「家族」をめぐるホームドラマの要素にひかれたものではあるまいか。それが抵抗なく見られたのは設定が現在ではなくすべて「昔」のことだったためだろう。ここでも視聴者のリアリティへのこだわりを感じる。

高視聴率の理由のひとつとして見逃せないのは、マスコミによる話題性である。視聴率が高いという報道をきっかけに、皆が見ているという理由で、新たな視聴者が見始め、さ

表4 高位番組の順位別と視聴率

(関東)	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62年
1位	28	26	27	25	24	23	22	18	19	18	29%
2位	24	24	22	25	23	18	22	17	16	18	19
3位	20	19	21	19	20	17	22	17	16	15	17
10位	16	16	17	15	16	15	15	14	12	12	13

らに視聴率が増加する、という拡大ルーチンが成立する。これは半年あるいは一年の長期番組だから可能であり短期の番組では成立しない。

これは、テレビを見る理由が個人的な欲求だけでなく、周囲が見ているから、見ないと取残されるから、といった一種の社会的適応としての視聴ということができるだろう。

この他にも独眼竜政宗の場合、四年ぶりの戦国時代ものとして男性視聴者を集めたとか、裏番組の不振と様々な理由が考えられる。いずれにせよ、ドラマが変わったのではなく視聴者のドラマの見かたが変わったといえそうである。

視聴率低下の背景

この一〇年、番組視聴率は低下してきた。ひとつには、習慣的な視聴が弱まり、新聞のテレビ欄を見て番組を選ぶ選択視聴が強まったためである。選択視聴者は自分に適した番組がなければテレビを見ない。また、「いつもの番組」では飽き足りない要求水準の高さを持つ。多様な視聴者が高い要求を持てば、必然的に個別(分散)視聴が生じ個々の番組視聴率は低下する。個別視聴を可能にするテレビの複数化も進んだ。

番組としては、フィクション(夢)からノンフィクション(現実)へと関心が移ってきた。ドラマにしても、現実とは別のテレビの世界と割りきって楽しむ見かたが感じられる。これは常に現実を自覚した、テレビと一定の距離を置いた見かたといえ、熱中することが少ない分だけ視聴率の低下を促したと考えられる。

いずれにせよ、この一〇年、視聴者は主体的視聴傾向を強めてきたといえる。こうした中で独眼竜政宗の高視聴率は異彩であり、今後、注目すべきものと思われる。

(1) 注

ここで用いたデータはNHKの視聴率調査(個人調査、六月)による。放送時間が一〇分未満のものは除外し、帯番組は最も視聴率が高い曜日のもののみ採用している。

(2) 朝七時のニュースとニュースワイド、お笑いオンステージとクイズ面白ゼミナールを同一番組とみなす。

(3) 視聴率調査では継続性を考え五八年まで三番組として扱った。

表3 巨人の成績と視聴率

	平均視聴率	対 戦	順位*	優勝
52年	12.7%	中・神	1位	巨人
53	13.3	ヤ・洋	1	ヤクルト
54	14.2	ヤ・中	1	広島
55	14.7	ヤ・中	5	広島
56	17.0	広・神	1	巨人
57	14.1	神・洋	1	中日
58	14.2	洋・ヤ	1	巨人
59	13.4	ヤ・中	4	広島
60	12.9	神・中	2	阪神
61	11.1	神・ヤ	2	広島
62	13.7	ヤ・広	1	巨人

* 6月第1週の巨人の順位

ているが、その視聴率は巨人の成績順位とは関係がなく、むしろ安定しているようにみえる(表3)。つまり、ベストテンに占るプロ野球の多少は、プロ野球自身の人気より、プロ野球以外の番組の人気に左右されているといえる。

ドラマが見られず、ザ・ベストテン、プロ野球とナマ番組が好まれたのはナマ番組のリアリティ(現実感、同時性、ハプニング性)によるものである。逆に、それだけ視聴者がドラマに見慣れてしまい、リアリティ(本物らしさ)が感じられなくなってきたものとみられる。

○隣の欽ちゃん(五七～五九年)
五七年の第二位は欽ドン良い子悪

い子普通の子である。萩本欽一の番組は同番組のほか欽ちゃんのどこまでやるの、週刊欽曜日(TBS、五八年一三%)もよく見られ、夜九時台は欽ちゃんの笑いが茶の間にあふれた。

欽ちゃん番組の特徴は素人らしさにある。つまり日常的、庶民的な笑いであり、スーパースターではなく隣のお兄ちゃんを感じさせる家庭的な親近性にある。視聴者はここでも身近かさを「現実にいそうな」本物らしさを選んでいようといえよう。

○知識・情報のおもしろさ

五七年から始まったクイズ面白ゼミナールは、翌年三位となり以後高位を維持している。五九年にはなるほどザ・ワールド、世界まるごとHOWマッチを含めクイズ番組が高位に三番組を占めた。

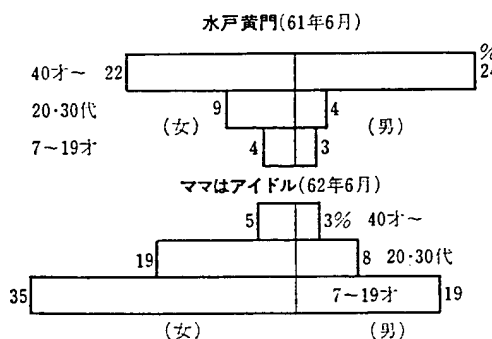
これらのクイズ番組の特徴は、視聴者の興味や知識による「競技」から、おもしろく提示される「知識・情報」そのものに移っているように思われることである。いわば一種の教養番組ともいえ、この時期に高位にあったウルトラアイと同根にあるといえる。視聴者は知識・情報のおもしろさを映像で事実と確認しつつなるほど！と楽しむのである。ここ

でもドラマのフィクション性と相反する傾向が読みとれる。

○ドラマの再登場(五九～六二年)
しかし、ドラマが全く見られなくなったわけではなく、近年次の二点で変化が見られる。第一は、民放ドラマとしては久びさに、五九年から水戸黄門、ホームドラマであるママはアイドル(六二年)、アニメだがタッチ(六一年)が高位となったことである。

この三番組は内容、形式とも全く異なっており、共通性を求めるとすれば、まず視聴者層がきわめて偏っていることがあげられる(図2)。かつてのホームドラマが家族いっしょ

図2 男女年層別の視聴率



に見られたことで視聴率が高かったのに対し、これらは限られた視聴者層ではあるが、その層で集中的に見られた結果、高い視聴率となったのである。視聴者層が偏る傾向は他にも見られ、例えば、8時だヨ全員集合では母親層を含めて見られていたのに、後継番組であるご気分テレビでは視聴者層は子どもにほぼ限られてしまう。これらのドラマは視聴者層を限定することで視聴者の高い満足度を得たとみられる。

○フィクションに徹する

次にあげられることは、これらのドラマがリアリティがない、というよりフィクション性を強調している点である。例えばタッチは内容的にはアニメである必要性はない。アニメであることは視聴者にフィクションであり、別世界の話であることを前提として意識させているのである。

つまり、リアリティがない(ウソっぽい)ためにドラマが見られなくなったとすれば、これらは逆にウソ(フィクション)を承知で、むしろそれが楽しまれて見られたといえる。そこでは、視聴者は現実とは区別した別の世界と割り切って見る態度、テレビにのめりこまない見か

表2 カラー・テレビ所有率

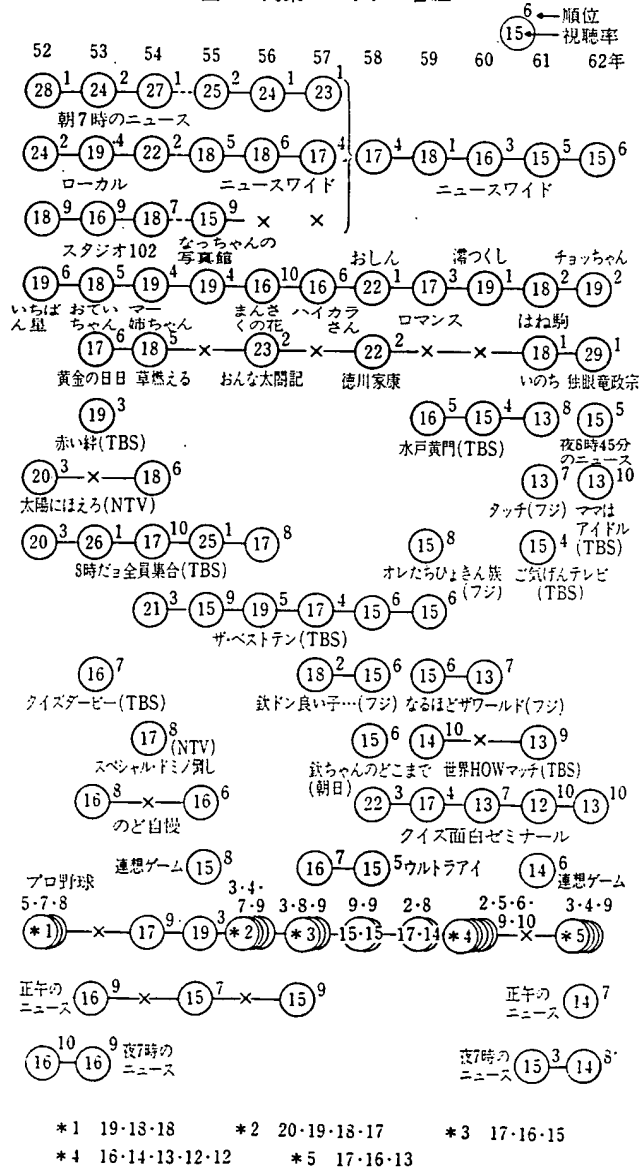
	52年	57年	62年
1 台	66	51	39%
2 台	21	32	35
3 台以上	4	12	23
なし	9	5	3

(全国、個人)

○家族で全員集合
四〇年代からひき続きよく見られたのは8時だ。全員集合である。中でも五三、五五年には朝7時のニュースを抜き、視聴率のトップとなっている。全員集合は小学生の半数が見る(五五年)など子供が視聴者の中心だが、母親に相当する女二〇、

連続テレビ小説に至るNHKの朝の番組群はそろって高位にあり、朝の視聴率は維持されている。夜の番組の視聴率もそれ以前と比べて低いとはいえない。
ただし、四〇年代後半と様相を異にするのは、**ありがとう**(TBS)など夜の八時台に人気があったホームドラマが姿を消し、民放ドラマでは太陽にほえろと赤い絆のわずかに二番組だけになったことである。これを最後に五九年まで民放ドラマはベストテンに表れない。

図1 関東ベストテン番組



三〇代の層でも二七% (五五年) が見ており、家族がいっしょに見た番組であった。
五〇年前後はカラーテレビは約九割に普及していたが、二台以上の所有者はまだ少なく(表2)、白黒テレビで別の番組を見ることより、他の家族とカラーテレビをいっしょに見ることが多かったと思われる。他の番組でも同様の傾向が見られ、この時期は「家族視聴」が続いた時期といえる。

○ナマ番組の魅力(五四〜五七年)
民放ドラマに代りハイティーンを中心に見られるようになったのが、ザ・ベストテンである。歌番組は四〇年代後半以降、高位になることはなかった。ザ・ベストテンに人気が集まったのは、歌や音楽だけではなく、それがナマ番組であるためと思われる。そこでは、アイドルと直接しゃべるかのような現実感、親近感があり、ランキング情報を含めテレビの同時性のよさが感じられたのだ。

○根強い巨人人気
ドラマに代り高位に進出したもうひとつの番組がプロ野球(巨人戦)である。プロ野球は四三年を最後にベストテンに表れず、ドラマ全盛時代が終わった五一年に突然、三番組(試合)が表れた。五二年以降もほぼ毎年高位に表れ、阪神が優勝した六〇年では、ベストテンの半数を占めるほどである。
プロ野球の人気は巨人に支えられ

視聴率ベストテン番組

この10年

上村修一 ● 世論調査部

視聴率調査結果の中で一般に興味を持たれることが多いのは視聴率ベストテン(高位10番組)であろう。視聴率高位番組はテレビ視聴状況を見る上で、やや問題はあがあるが、簡便で理解しやすい指標といえる。本稿はこの一〇年(昭和五十二年以降)の視聴率ベストテン番組をふり返り、視聴動向の変化を見ることがしたい。

視聴率ベストテン番組は民放を含め約二千にのぼる番組から視聴率の高い一〇番組を選んだもの(山)であり、ごく限られた一部である。また、相対的な順位づけであるから、視聴率が高くても他番組しだいで順位は低下する。順位にしてもサンプル誤差を考えれば絶対的なものとはいえない。このような問題を念頭に置いて高位番組を見ていく。

高位番組の一覧表は末尾に掲げた。このうち、関東地方の結果を見ていくが、簡単に総合テレビ(全国)だけの結果にふれる。

常連番組が八番組

総合テレビだけという条件はあるが、視聴率・順位を別にすれば、高位一〇番組はこの一〇年ほとんど変化がみられない。すなわち表一の八番組(2)がほぼ高位を占め続けた。

表1 総合テレビでよく見られてい番組と順位(全国)

	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62年
朝7時のニュース (ニュースワイド)	1	1	1	1	2	1	4	2	2	4	4位
連続テレビ小説	7	8	6	2	9	8	2	3	1	2	3
正午のニュース	9	6	—	6	8	9	8	4	4	9	7
夜7時のニュース	3	9	7	7	7	—	6	6	6	3	5
のど自慢	10	4	—	3	6	6	5	5	3	8	6
お笑いオンステージ (クイズ面白ゼミ…)	5	7	9	—	—	7	3	1	5	5	8
大河ドラマ	4	2	3	9	1	4	1	9	7	1	1
連想ゲーム	—	—	4	5	5	5	9	8	9	6	9

この八番組は連想ゲーム除き、帯番組か、日曜の決まった時間の番組である。つまり、視聴者にとって一日とか一週間のサイクルの中で生活習慣として見やすい番組である。習慣的な視聴が多く、それだけ固定的な視聴者が多いことが、これらの番組が長期に渡って見られている理由のひとつである。

ニュースワイド以後

高位番組の順位に変化をもたらしたのはニュースワイド(五五年開

始)である。これは、それまで最もよく見られていた朝七時のニュースとひき続き放送される二番組が統合されたものであり、変化の一定部分は形式上(みかけ上)のものである。

しかし、実質的にもニュースワイドの視聴者は減る傾向がみられる。その理由のひとつにワイド化による視聴習慣の低下が考えられる。比較的短い放送時間の番組は一種の時計となり、生活習慣の中で行動の目安として見られてきたと思われる。しかし顕著な切れ目のないワイド番組では視聴者は自分で時計(テレビの時刻表示であつても)を気にしなればならなくなる。その分だけテレビと生活行動の関連は弱まり、習慣的行動と結びついたテレビ視聴が低下したと考えられるからである。

この他にも高位番組の変化はみられるが、次の関東での変化と重複するので省略する。

関東の高位番組の変化

○ドラマの残照(五二~五四年)

テレビの視聴時間は五一年をピークに漸減傾向に転じる。それでも五〇年代前半はテレビがよく見られた時期であり、朝七時のニュースから

間未満」が少ないという傾向を示している(図13参照)。

テレビも絵本も望ましい

このN幼稚園のように、絵本の読みかせに力を入れて指導をし、「絵本のほうが望ましい」(三六%)と答えた人が最も多い幼稚園でさえ、「両方ともよい」(六四%)と答えている人のほうが多いという結果が出ている。

母親たちは、テレビと絵本のそれぞれのよさを知ったうえで、「両方ともよい」という答えを出したといえよう。

母親が好ましいと思う番組の好ましい理由のうち、最も多くの人を選んだ理由は、「楽しみながら知識を身につけられる」であり、六割以上の人が一位にこの理由をあげている(表6参照)。また、テレビが子どもに好ましい影響を与えるとすればそれは何かをたずねた質問では、「いろいろな知識が身につく」という項目が、全体では八割の人によってトップに選ばれている(表7参照)。むしろ、母親たちが、テレビが子どもに与える悪い影響としてあげている「乱暴なことを使うようになる」「動作やことを乱暴にする

る」などの否定的要因もおおざりにすることはできない。しかし、子どもたちが、テレビをみることによって「楽しみながら知識を身につけられる」と母親たちが考えているということは、テレビの役割や今後の方向を探るにあたって、積極的な指針となるのではなからうか。絵本は絵本としての役割を、テレビはテレビとしての役割を分担するという基本に立つことは必要であるが、お互いのよさをとり入れた形で、新しいテレビ番組の開発が可能かどうかは、今後の研究課題となるであろう。

今回は、調査対象の四つの幼稚園の調査結果についての概括的報告にとどまり、テレビと絵本との関係の詳細な分析には至らなかった。絵本の特性や絵本を子どもに与える環境、子どもたちのテレビ視聴の実態などの背景を考慮に加えたうえでの分析を今後継続することにした。なお、今回の調査にあたり、貴重な助言を賜った国立教育研究所の永野重史氏をはじめ、調査にご協力下さった各幼稚園ならびにお母さんたちに、感謝の意を表します。

長音・音素・アクセント

長音の問題

―原音に忠実に言うけれど―

先月の本欄にも出たNHK特集「タイ王室」に関連した話題をもう一つ。放送に先立って、国王をはじめとする王族方の名前をどうカタカナ表記するかが問題になった。外務省アジア局が採用しているカナ表記と、共同通信社編「世界年鑑」に載っている表記とが、長音記号の有無という一点で食い違っていたのである。具体例をあげよう。上が外務省の表記、下が年鑑の表記である。

国王「プーミポン」/プミポン
皇太子「ワチラロンコン」/ワ
チラロンコン

第二王女「シリントーン」/シリ
ントーン

第三王女「チュラポーン」/チュ
ラポーン

おそらく、外務省の表記のほうが原音、つまりタイでの実際の発音に近いのだろう(もっとも、第三王女は「チュラーポーン」がもっと近い?)。しかし、長音記号がいささか煩雑なので(あくまでも推測であるが)、新聞紙面に適した表記という立場から、共同通信社はこれを省いたのだらう。

世間には外来語・外国語、特に外国人名は原音どおりに表記し、発音すべきたと主張する人が多い。そう

いう人から見れば、煩雑だからという理由で個人の名前を勝手に変えてしまふとは何事かということになるだろう。

考え方としてはそうかもしれない。しかし、日本人が日本語の文脈で用いる以上、いくら人名だといっても原音一点ばりは無理である。日本語としての変形が多少とも加わるのはむしろ当然ではなからうか。

特に長音については、あまり原音にこだわると、日本語としては使いにくくなるという先例がすでにある。「ソクラテス」「アリストテレス」「エウリピデス」「ソキデス」といったギリシヤ人名は、原音に忠実に従えば、「ソークラテース」「アリストテレーズ」「エウリーピデース」「ソキディデース」などとなる。現にそう書いている本もあるが、日常の日本語としては到底なじみそうに思われない。

タイ王室の場合もこれに似てはいまいか。人名とは言っても外国語である以上、日本語として用いるには日本語に入りやすい形にする必要がある。通信社の方式を便宜主義とばかりは言えないのである。

番組では、タイ人の顧問とも相談の上、第三王女は外務省式、ほかは通信社式という中間的な表記に落ち着いたが、外国語のカナ書きとはむしろかしいものである。(石野博史)

あると判断するのは適切ではない。
むしろ、幼稚園それぞれの持つ特徴
による環境差と考えるのが妥当では
ないだろうか。

そこで、調査の実施後に、各幼稚
園にそれぞれの園の特徴についての
回答を依頼した。その結果、N幼稚
園が他園とは異なる顕著な特徴をも
つことが明らかになった。

N幼稚園の特徴

この幼稚園は、大学の周辺の住宅
地に位置し、その環境は園のマイク
放送の音量にも気を使うくらい静か
な所であるという。園児の家庭の状
況としては、父親の職業は、会社員
が五六%と過半数を占め、公務員と
教員が合わせて二一%、商工サービ
ス業一〇%、自由業、専門職と研究
者を合わせて九%の順であり、農林
漁業は〇%という。母親は、主婦が
全体の九割近くを占めるが、有職の
母親の職業は、会社員一・三%、教
員二・六%、商工サービス業一・九
%、自由業、専門職四・五%、その
他〇・七%となっている。

次に、テレビ視聴に関する指導は
園での一斉視聴などの特別の指導は
おこなっていない。家庭でのテレビ
視聴も特に指導はせず、各家庭で自

由に視聴をしている。

最後に、絵本については、この園
では、次のような特徴的な指導をお
こなっている(園の回答による)。

(1) 絵本に対する興味をもたせるた
めに、教師自身が絵本に深い関心
をもつようにしている。また、実
際、好んで絵本に接している。

(2) 自分の好きなときに、自由に好
きな本を見ることができるよう
に「絵本の部屋」がある。その部屋
には、約二五〇〇冊の本の中か
ら、二か月に一度ずつ選びなおし
て、書棚に並べている。絵本の部
屋には、専任の教師がたえず一名
所属していて、読んでほしい子ど
もには、それを読みかせ、他の
子どもには、必要なアドバイスを
おこなっている。また、読みか
せの順番が待てない子どもは、ヘ
ッドホンで、担任教師が吹き込
んだ録音テープによる絵本よみを楽
しむ。

(3) 学級では、毎日一度は、幼児が自
主的に選んだ本、教師が意図的に
選択した本の両者を読みかせて
いる。

また、各家庭においても、相当数
の絵本を各人がもっている。時々
父親が読みかきをしている家庭も

あるという。さらに、公民館、図書
館などの公共施設にも、母と子で通
っている家庭がある。

このような園の指導方針に賛同し
てわが子を入園させた家庭であれば
「絵本の方が望ましい」と答えて
も不思議ではない。むしろ当然な結
果であると言えよう。

この調査の絵本に関する質問一六
項目の回答結果をみると、N幼稚園
が、他の幼稚園と異なる結果を示し
ていることが、随所に現れている。
その顕著な部分を次にあげてみる
う。

(1) 絵本の読みかきをしている親
は、週に三回までよりも週四回以
上の親のほうが多く、三割の親
が、毎日読みかきをしている。
一部に、一日数回、読みかきをし
ている親もいる(図3参照)。

(2) 読みかきをする時間は、ほかの
園が「五〜一〇分」のほうが多い
のに対して、「一〇〜一五分」読
みかきをしている親のほうが多
い。また、一五分以上読みかき
をしている親が二割いる(図4参
照)。

(3) 自分一人で絵本を読むことは、
「よくある」子のほうが「ときど
きある」子よりも多い。他園では

「ときどきある」子のほうが多い
(図8参照)。

(4) 最初に絵本を読んできたのが
「生後一年以内」という人が、半
数もいる。また、ほぼ九割の親が、
二歳になるまでに、絵本の読みか
きを始めている(図9参照)。

絵本に関する質問項目の回答結果
の特異な点を挙げたが、テレビに關
する質問項目でも、N幼稚園の特異
性を示した結果がみられる。

(1) 母親がテレビをよく見るかとい
う質問では、「ほとんど毎日見る」
(五九%)の比率が他園にくらべ
て低く、「ときどき見る」(二八
%)が他園よりは高率である。ま
た「ほとんど見ない」人(二三
%)が最も多い(図10参照)。

(2) 母親のテレビ視聴時間が、「一時
間未満」(二三%)の人が、他園
にくらべて多く、「四時間未満」
の人が少ないという傾向がみられ
る(図11参照)。

(3) 子どもは、テレビを「ときどき見
る」子が、他園にくらべてかなり
比率が高い。その分「ほとんど毎
日見る」子が少なくなっている
(図12参照)。

(4) 子どもの場合も「一時間未満」
(二九%)が比較的多く、「四時

表8 テレビの視聴時間と絵本を読む回数

M幼稚園							N幼稚園						
回数	1回	2-3回	4-5回	6回以上	計	平均回数	回数	1回	2-3回	4-5回	6回以上	計	平均回数
1時間未満	3	8	3	9	23	4.1	6	10	6	15	37	4.2	
1-2時間	10	27	14	14	65	3.6	5	21	10	17	53	4.0	
2時間以上	23	48	17	8	96	2.8	5	3	4	12	24	4.5	

F幼稚園							K幼稚園						
回数	1回	2-3回	4-5回	6回以上	計	平均回数	回数	1回	2-3回	4-5回	6回以上	計	平均回数
1時間未満	4	4	2	2	12	3.0	5	11	7	8	13	3.7	
1-2時間	19	18	9	4	50	2.6	33	33	5	19	70	3.5	
2時間以上	15	23	1	4	43	2.4	9	21	5	3	38	2.7	

ここまでは、調査対象の四園全体に
 関して、調査票に基づく単純集計
 の結果を概観したが、今回の調査
 は、テレビと絵本との関係をつまび
 らかにすることを目的としているの
 で、若干のクロス集計をおこなっ
 た。

テレビと絵本との関係

前回の報告でM幼稚園の場合に
 は、テレビを視聴する時間の少ない
 人のほうが、絵本を読む回数が多い
 という傾向があることを述べた。そ
 こでほかの三つの園についても、こ
 のことが言えるかどうかをみるため
 に、テレビの視聴時間と絵本を読む
 回数の相関を調べてみた。

前回は、テレビの視聴時間を一日
 「二時間以上」の人と「二時間未
 満」の人に分けたが、全体的に「一
 ～二時間」の人が多いという傾向が

テレビと絵本はどちらが望ましいか

テレビを見る時間の少ない子ども
 のほうが絵本の読みきかせの回数は
 多いという結果が出たということ
 は、子どもが自発的にそういう結果
 をもたらしたわけではなく、母親の
 考え方が反映したものと考えられ
 る。

そこで、「テレビと絵本とは、
 どちらがお子さんにとって望ましい
 ものと思いますか」というこの調査
 の最後の項目についてみてみよう。
 この質問項目は、次の選択肢により
 回答を求めた。

1 絵本のほうが望ましい

みられるので、「一時間未満」「一
 ～二時間」「二時間以上」の三段階
 に分類した。

四つの幼稚園のクロス集計の結果
 を表8に示した。それぞれの園につ
 いて視聴時間の区分ごとに平均回数
 をみると、視聴時間が長くなるにし
 たがって、絵本を読む平均回数は少
 なくなるとい傾向がみられる。し
 かし、N幼稚園の場合は、視聴時間
 が一日二時間以上の平均回数が最も
 多く、テレビの視聴時間と絵本の読
 みきかせの回数には相関がみられな
 いという結果になっている。

2 テレビのほうが望ましい

3 両方ともよい

4 両方とも望ましくない

図16に対象四園の回答結果を
 示したが、全体の有効回答六七
 一人のうち、「テレビのほうが
 望ましい」とする人が、わずか
 三人という結果になっている。
 また、「両方とも望ましくない」
 という人は一人だけであり、さ
 すがに少ない。これに対して、
 全体では、ほぼ七割の母親が
 「両方ともよい」と答えてい
 る。ただ、N幼稚園とK幼稚園

図16 テレビと絵本とは、どちらが望ましいか

	絵本が望ましい		両方とも望ましくない	
	テレビが望ましい	両方ともよい	テレビが望ましい	両方ともよい
全 体 (671人)	30%	69	0.4%	0.1%
N幼稚園 (146人)	36	64		
K幼稚園 (165人)	39	60		
M幼稚園 (222人)	24	76	0.6%	0.6%
F幼稚園 (138人)	23	75	1.4%	

は、M幼稚園・F幼稚園とくらべる
 と率が低い。

ところで「絵本の方が望ましい」と
 考えている母親はどのくらいいるの
 だろうか。全体では、三割という結
 果であるが、各幼稚園ごとにも
 と、回答結果に差異がみられる。

M幼稚園が二四％、F幼稚園が二
 三％であるのに対して、N幼稚園が
 三六％、K幼稚園が三九％という結
 果が出ている。前の二園が関東、あ
 との二園が関西に所在するというこ
 とからすると、関西在住の人のほう
 が関東在住の人よりも、絵本のほう
 が望ましいと考えていると言えるの
 かどうか。しかし、たまたま調査の
 対象となった二園だけで、地域差が

表5 好ましいと思う理由

理 由	M幼稚園 (231人)	N幼稚園 (155人)
夢を与えることができる	50%	55%
想像力を豊かにできる	53	47
人を思いやる心を育てられる	52	47
都会生活で味わえないものを知ることができる	21	10
楽しみながら知識を身につけられる	65	62
作ることの喜びを知ることができる	51	45
その他	2	5

表6 子どもが好きな番組(1~20位)

M幼稚園				N幼稚園			
順位	番 組 名	放送局名	人数	順位	番 組 名	放送局名	人数
1	藤子不二雄ワイド	テレビ朝日	199	1	藤子不二雄ワイド	朝日テレビ	133
2	ドラえもん	テレビ朝日	193	2	ドラえもん	朝日テレビ	126
3	おかあさんといっしょ	N H K	161	3	ひらけポンキッキ	関西テレビ	103
4	ひらけポンキッキ	フジテレビ	153	4	できるかな*	N H K	84
5	忍者ハットリくん	テレビ朝日	152	5	ドラゴンボール	関西テレビ	76
6	できるかな*	N H K	148	6	宇宙船サジタリウス	朝日テレビ	73
7	サザエさん	フジテレビ	139	7	おかあさんといっしょ	N H K	68
8	ドラゴンボール	フジテレビ	131	8	ディズニー劇場・ガミーマニアの冒険	朝日テレビ	67
9	おーい はに丸*	N H K	110	9	みんなのうた	N H K	62
10	みんなのうた	N H K	109	10	スプーンおばさん	N H K	62
11	超人機メタルダー	テレビ朝日	102	11	超人機メタルダー	朝日テレビ	53
12	風雲! たけし城	TBSテレビ	87	12	まんが世界昔ばなし	関西テレビ	50
13	スプーンおばさん	N H K	83	13	おーい はに丸*	N H K	49
14	宇宙船サジタリウス	テレビ朝日	83	14	母をたずねて三千里	関西テレビ	47
15	みなしごハッチ・魔法のサザナ	テレビ東京	80	15	ドリモグダァ!	読売テレビ	43
16	ルパン三世	日本テレビ	79	16	光戦隊マスクマン	朝日テレビ	42
17	ドリモグダァ!	日本テレビ	67	17	風雲! たけし城	毎日テレビ	33
18	人形劇*	N H K	65	18	なかよしリズム*	N H K	32
19	オズの魔法使い	テレビ東京	65	19	めぞん一刻	関西テレビ	32
20	それいけ! ノンタック*	N H K	63	20	人形劇*	N H K	30
21	魔法の天使 クリィミーマミ	日本テレビ	63				
22	Bugってハニー	日本テレビ	63				

表7 テレビの好ましい影響と悪い影響

好ましい影響	M幼稚園 (232人)	N幼稚園 (155人)	悪い影響	M幼稚園 (232人)	N幼稚園 (155人)
いろいろな知識が身につく	76	81%	必要以上にいろいろなことを教える	33	24%
こころを豊かにする	39	39	日本語を乱す	17	17
想像力を豊かにする	28	32	乱暴なこころになる	64	48
友達と仲良くする	25	31	動作や行動を乱暴にする	36	38
生活の区切りをつける	10	11	考え方が型にはまる	10	10
生活の区切りをつける	8	3	生活のリズムを乱す	20	34
その他	1	5	その他	5	14

幼稚園の母親が子どもに見せたくない理由を示すと、次のとおり。

① 残酷で乱暴なシーンが多い
② 騒々しくふざけすぎている
③ 子ども向けでない
④ ことばづかいが乱暴になる
⑤ くだらない
⑥ その他

これらの理由は、最近のテレビ番組が非難を浴びる理由とも重なり合うところであろう。

テレビが子どもに与える影響

具体的な番組に即して、好ましい理由と好ましくない理由とをたずねるとともに、メディアとしてのテレビ

が子どもたちに与える影響を母親たちがどうとらえているかを知るために、テレビの好ましい影響と悪い影響とについて回答を求めた。表7に、M幼稚園とN幼稚園の結果を対比して示した。

好ましい影響の第一位はいずれの園でも「いろいろな知識が身につく」であり、N幼稚園では八割、M幼稚園でも八割に近い人が、この項目を選んでいる。二位は、どちらの園でも、「ことばを豊かにする」と

いう項目で、四割の人が選んでいる。悪い影響は、好ましい影響にくらべると、回答率が低い。その中で、「乱暴なことばを使うようになる」がM幼稚園で六四%、N幼稚園が四八%の率を示しているのが、目をひく。「日本語を乱す」という項目は、両園ともに一七%と低率であり、日本語全体のことより、わが子が乱暴なことばづかいをすることを憂える親の気持が現れているようだ。

最も視聴時間の長いM幼稚園と、最も短いN幼稚園のお母さんたちが選んだ好ましい番組の一位から二〇位までを表4に示した。また表5では、これらの番組が好ましいと思う理由について、M幼稚園とN幼稚園

母親が好ましいと思う番組

は、質問方式が異なるので、単純に比較はできないが、テレビの場合は「いつもそうする」「子と」「ときどきそうする」子を合わせると、八五%にのぼる。絵本よりもテレビのほうが、質問したり自分の気持ちを言うたりする何らかの要因がはたらくのかどうかを調べることも必要である。

図14 お子さんがテレビを見る時、いつもお母さんはいっしょに見るか

全 体 (680人)	お母さん いっしょに見る		お母さん ときどきいっしょに見る	お母さん だけで見る
	21 %	68	11	
N幼稚園 (146人)	17	67	16	
K幼稚園 (165人)	24	69	7	
M幼稚園 (229人)	25	65	10	
F幼稚園 (140人)	19	71	10	

図15 お子さんはテレビを見ながらお母さんに質問するか

全 体 (683人)	いつもそうする		ときどきそうする	黙って見ている
	17 %	68	14	
N幼稚園 (147人)	16	68	16	
K幼稚園 (167人)	21	65	14	
M幼稚園 (229人)	18	71	11	
F幼稚園 (140人)	13	70	17	

の回答結果を対比してみた。どちらの園でも一位は「楽しみながら知識を身につけられる」であるが、二位以降には違いがみられる。M幼稚園の場合は、「夢を与えることができる」が五位であるのに対し、N幼稚園では、「夢を与えることができる」は二位になっている。ただ両園ともに、二位から五位までの数字にさほどの差はない。関東と関西とでは、調査時点に放送されていた番組が異なるし、調査対象の人数も園によって異なるので、統計上の比較はできないが、親が好ましいと思う番組は、M幼稚園とN幼稚園とで、さほどの差異はみられないようである。

表4 親が好ましいと思う番組(1～20位)

M幼稚園				N幼稚園			
順位	番組名	放送局名	人数	順位	番組名	放送局名	人数
1	できるかな*	N H K	168	1	できるかな*	N H K	101
2	ひらけポンキッキ	フジテレビ	147	2	みんなのうた	N H K	81
3	おかあさんといっしょ	N H K	138	3	ひらけポンキッキ	関西テレビ	77
4	みんなのうた	N H K	114	4	おかあさんといっしょ	N H K	72
5	ワクワク動物ランド	TBSテレビ	101	5	人形劇*	N H K	50
6	おーい はに丸*	N H K	98	6	まんが世界昔ばなし	関西テレビ	49
7	人形劇*	N H K	97	7	ドラえもん	朝日テレビ	45
8	大きくなる子*	N H K	90	8	野生の王国	毎日テレビ	44
9	なかよしリズム*	N H K	90	9	なかよしリズム*	N H K	43
10	サザエさん	フジテレビ	79	10	母をたずねて三千里	関西テレビ	42
11	うたってゴー*	N H K	76	11	おーい はに丸*	N H K	41
12	おとぎのへや*	N H K	69	12	スプーンおばさん	N H K	40
13	ドラえもん	テレビ朝日	67	13	ディズニー劇場・ガミィ・ベアの冒険	朝日テレビ	40
14	それいけノンタック*	N H K	65	14	うたってゴー*	N H K	38
15	野生の王国	TBSテレビ	58	15	ウォッチング	N H K	38
16	スプーンおばさん	N H K	56	16	大きくなる子*	N H K	35
17	ムツゴロウとゆかいな仲間たち	フジテレビ	54	17	おとぎのへや*	N H K	31
18	藤子不二雄ワイド	テレビ朝日	40	18	ムツゴロウとゆかいな仲間たち	関西テレビ	30
19	南の虹のルーシー	フジテレビ	39	19	藤子不二雄ワイド	朝日テレビ	23
20	みなしごハッチ、女サブリナ	テレビ東京	34	20	それいけノンタック*	N H K	21

注: 表4、表6の*印は学校放送番組

子どもが好きな番組
好ましい番組と同様に、M幼稚園とN幼稚園の子どもの好きな番組の一位から二〇位までを並べたのが表6である。これを表4と比較してみ

ると、親が好ましいと思う番組と子どもが好きな番組とは、多少のズレがあるようである。
母親が見せたくない番組
最もテレビの視聴時間の少ないN

K幼稚園二時間、④N幼稚園一・八時間の順になっている。

ここで、NHKがこの六月に実施した全国視聴率調査の結果によると、全国民の一日のテレビ視聴時間(週平均)は三時間六分であること(参考までにつけ加えておく(詳細は「放送研究と調査」六二年九月号を参照されたい))。

子どもとテレビ

お母さんたちに比べて、子どもたちはテレビをどのように見ているだろうか。図12にその結果を示したが、図10とくらべると、お母さんたちよりも子どものほうが「ほとんど毎日みる」率が高い。「ほとんど見ない」は、M幼稚園〇・四％、F幼稚園一％、K幼稚園六％、N幼稚園四％という結果で、各幼稚園ともに母親よりも子どものほうが「ほとんど見ない」という率が低い。

図13に子どもの視聴時間の分布を示したが、子どもの平均視聴時間は、全体では、一・九時間で、母親の二・二時間より少ない。子どもたちは、ほとんど毎日テレビをみているが、その時間は母親よりも少ないという結果である。各幼稚園の平均視聴時間は、①M幼稚園二・二時

間、②F幼稚園二・一時間、③K幼稚園一・七時間、④N幼稚園一・五時間という順位で、母親の場合と同様である。

前回の報告でも触れたように、昭和五年にNHK放送世論調査所が実施した「幼児の生活とテレビ」調査では、平均視聴時間約三時間という結果が出ている。

母と子とテレビ

テレビを見る時間は、母と子で異なるが、お母さんといっしょにテレビを見ている子どもはどのくらいいるだろう。

図14に示したように、全体では、「いつもいっしょに見る」親子は、およそ二割、「ときどきいっしょに見る」のは、七割弱という結果になっている。「子どもだけで見る」率が、最も多いのは、N幼稚園の一六％である。

また、テレビを見るときに、番組の内容について質問をしたり、自分の気持ちを言ったりするかをたずねたが、全体では、「ときどきそうする」子が六八％、「いつもそうす

図10 お母さんはテレビをよく見るか

	ほとんど毎日見る		ほとんど見ない	
	ほとんど毎日見る	ときどき見る	ほとんど見ない	
全 体 (704人)	72%	20	8	
N幼稚園 (154人)	59	28	13	
K幼稚園 (177人)	68	23	10	
M幼稚園 (232人)	79	15	6	
F幼稚園 (141人)	81	16	4	

る」子が一七％である。「いつもそうする」子は、K幼稚園が二一％で最も多い(図15)。

分の気持を言ったりする」という選択肢を設けており、全体で六四％の子どもがこの項目を選んでる(二八ページ参照)。絵本とテレビとで

図12 お子さんはテレビをよく見るか

	ほとんど毎日見る		ほとんど見ない	
	ほとんど毎日見る	ときどき見る	ほとんど見ない	
全 体 (705人)	85%	12	3	
N幼稚園 (154人)	75	21	4	
K幼稚園 (177人)	82	12	6	
M幼稚園 (232人)	89	10	0.4	
F幼稚園 (142人)	94	5	1	

図13 お子さんはテレビをどのくらい見るか

	3時間未満		4時間以上	
	1時間未満	2時間未満	3時間未満	4時間以上
全 体 (681人)	17%	46	25	10
N幼稚園 (145人)	29	49	19	1
K幼稚園 (165人)	22	50	20	7
M幼稚園 (231人)	11	37	34	15
F幼稚園 (140人)	8	51	24	13

注. 4時間以上は合計して示した。

図11 お母さんはテレビをどのくらい見るか

	3時間未満		4時間以上	
	1時間未満	2時間未満	3時間未満	4時間以上
全 体 (647人)	12%	33	27	13
N幼稚園 (134人)	23	39	28	5
K幼稚園 (159人)	10	48	26	11
M幼稚園 (218人)	9	31	27	19
F幼稚園 (136人)	9	38	25	15

眠ってしまう
もう一度自分で読む
すぐ別の遊びに移る
その他

3 % 9 % 13 % 16 %

読んできかせているときとかか
たあととは、子どもの反応のしか
たが異なっているのは、選択肢も異
なるので当然なことではあるが、読
んでいるときに、質問したり自分の
気持ちを言ったりしていた子どもも、
読み終わったあとには、質問したり
するよりも、もう一度読んでほしい
と言う子が多い。母親にせがむ様子
が子どもらしさを表しているよう
だ。

絵本を読みかせる理由

九つの選択肢の中から選んで回答
したにもかかわらず、四つの園がほ
んど同じような順位で、絵本を読
みかせる理由を選んでいるという
結果が出た。全体の順位と比率は、
次のとおり。

- ①本に興味を持たせたい 75 %
- ②読んでほしいと言う 72 %
- ③想像力を豊かにすることが
できる 55 %
- ④豊かな情操を養うことがで
きる 42 %
- ⑥ことを豊かにすることが

表2 絵本を読んで聞かせる理由

	N幼稚園 (148人)		K幼稚園 (174人)		M幼稚園 (218人)		F幼稚園 (123人)	
	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率
読んでほしいと言う	2	67%	2	71%	1	74%	2	75%
絵本を通して親子の 関係を強めたい	6	32	6	20	6	25	7	22
想像力を豊かにする ことが出来る	3	57	3	53	3	58	3	48
豊かな情操を養える	4	49	4	36	4	45	4	37
ことを豊かにする ことが出来る	5	36	5	28	5	34	5	30
本に興味をもたせた い	1	78	1	72	2	74	1	76
知識を身につけさせ たい	7	22	7	20	7	23	6	28
文字を覚えさせたい	8	11	8	14	8	15	8	10
その他	9	1	9	1	9	1	9	2

できる

- ⑥親子の関係を深めたい 32 %
- ⑦知識を身につけさせたい 25 %
- ⑧文字を覚えさせたい 23 %
- ⑨その他 13 %

表2に四つの園の順位と比率を示
したが、M幼稚園のみが「読んでほ
しいと言うから」が一位であるのに
対して、他の三園は、「本に興味を
持たせたい」が一位になっている。
絵本の読みかせる理由をみると、
と、本に興味をもつ子になってほし
いと願う親心と、絵本を読んでほし
いと願う子どもに込める愛情がにじ
み出ている感じがする。

表3 絵本の種類

	N幼稚園 (148人)	K幼稚園 (174人)	M幼稚園 (218人)	F幼稚園 (123人)
のりもの・ど うぶつ絵本	6%	12%	14%	12%
お話を主にし た絵本	74	94	88	93
テレビ番組の 本	0	2	3	0
科学絵本	11	12	5	6
その他	3	2	1	4

どんな絵本を読ませたいか

絵本と言う場合、分類のしかたは
さまざまであるが、今回の調査で

テレビをどのように見ているか

お母さんとテレビ

テレビに関する質問の最初の項目
で、「お母さんはテレビをよくみま
すか」とたずねた。図10にその結果を
示したが、全体では、テレビを「ほ
んど毎日見る」お母さんがほぼ七
割、「ほとんど見ない」人は、一割
に満たないという結果である。

「ほとんど毎日見る」お母さんは、
関東のF幼稚園・M幼稚園のほうが

は、五項目に分けた。表3に四園の
回答結果を示したが、いずれの園で
も、「お話を主にした絵本」を最も
多く選んでいる。また、「テレビ番
組の本」は全体でも一〇人しか選ん
でいないが、子どもたちの好きな絵
本の名まえを具体的に上げてもらっ
た項目では、「テレビ番組の本」
が、結構選ばれている。

今回の報告では触れることができ
なかったが、子どもたちの好きな絵
本がどういふものかを子細に分析す
ることによって、子どもたちが絵本
にどのように接しているかを本当の
意味で知ることが出来るのではない
かと思う。今後の研究の課題とし
たい。

関西のK幼稚園、N幼稚園よりも多
い。また、N幼稚園の場合、「ほと
んど見ない」お母さんが一三%と四
園の中で最も高い率を示している。

次に、お母さんたちは、一日にテ
レビをどのくらいみているか、その
視聴時間をみてみよう。図11に各園
の視聴時間の分布を示した。これに
より計算した母親全体の平均視聴時
間は二・一時間で、①M幼稚園二・
四時間、②F幼稚園二・三時間、③

のほうが「ときどきある」よりも多く、他園と異なっている。

自分一人で絵本を読むというよりも、子どもはどんな様子で読んでいるのだろうか。自分一人で絵本を読んでいる子どもについて、「読んでいるときの子どもの様子」をたずねたところ、園による差はほとんどなく、全体では、次のような結果になった。(複数回答あり)

- 1 声を出して読む 53%
- 2 黙って読む 20%
- 3 パラパラとめくる 11%
- 4 一人言を言いながら 24%
- 5 質問をしながら 7%
- 6 その他 2%

この結果をみると、半数以上の子

どもが、声を出して読んでいることがわかる。ただ、声を出していても、文字を読んでいるのかどうかはわからない。子どもは、何回も読んでもらった本は、読んでいるかのよう暗唱することがある。

とは限らないが、ひらがなを読める子の割合と、声を出して読んでいる子の割合はほとんど同じであるということは言えよう。今回は、これ以上細かい部分の、集計をしていないが、ひらがなを読めるかどうかは、年齢層による差が出るものと予想されるし、ひらがなを読める子が絵本を読むときにどういう態度をとるかという相関などもみるべきであろう。

絵本の読みかせはいつから？

最初に絵本を読んできたのは何歳かをたずねた質問の集計結果を図9に示した。

ほかの園では、生後一年～一年一

一か月に読みかせをしている親が最も多いが、N幼稚園では、生後一年以内に読みかせを始めた人が、ほぼ半数を占めている。N幼稚園の結果を細かくみると、低年齢層の子どもでは、生後一年以内が六〇%という結果になっている。

他の三園では「一年～一年一か月」をピークに「一年以内」と「二年～二年一か月」がやや低いという形になっている。

読みかせへの子どもの反応

絵本を読んできたときと読んできたあとの子どもの様子についてたずねた。全体の結果をみると、次のようになっている。

図7 絵本を読んでほしいと言うか

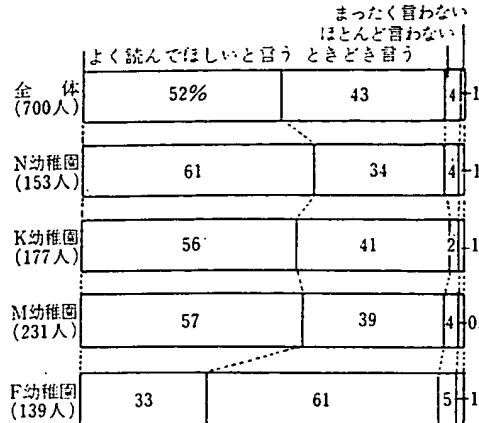


図8 自分1人で絵本を読むことがあるか

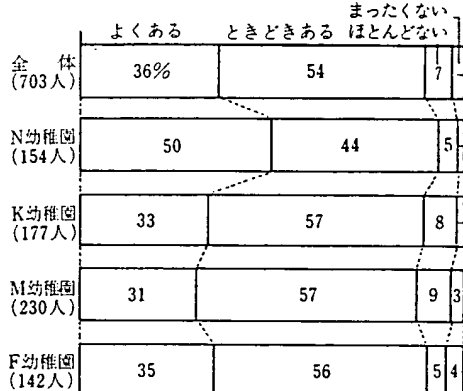
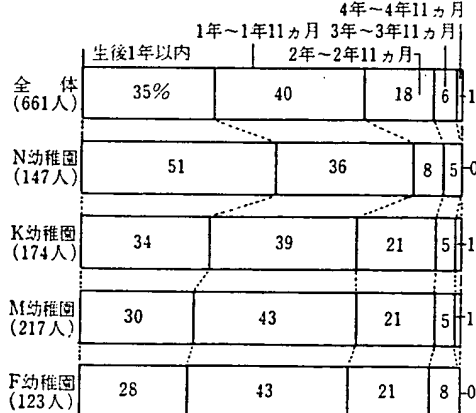


図9 最初に絵本を読んできたのは何歳ごろか



○読んできたときと読んできたあとの質問したとき自分の気持ちや言っていること、自分で読もうとする
 ○読んできたあともう一度読んでほしいと言う
 質問したり自分の気持ちを言ったりする

33% 56% 1% 18% 35% 64%

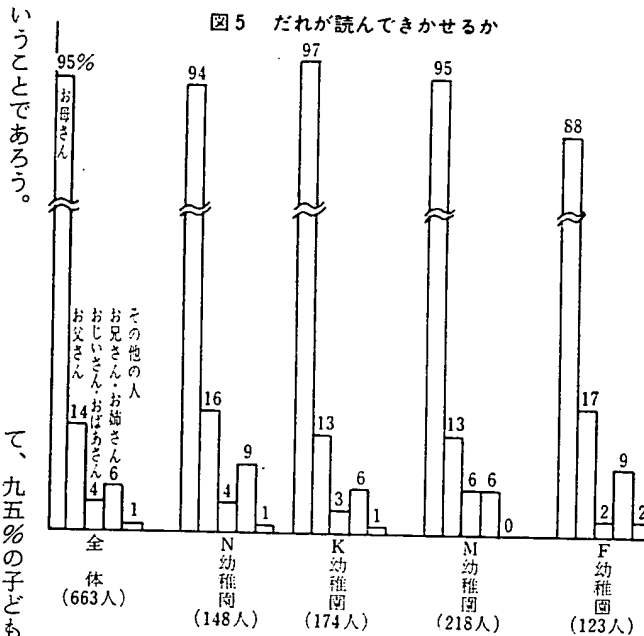
して、N幼稚園は「一〇〇〜一五〇」のほうの率が高くなっている。いずれの園でも、三割程度の親が、一〇分の読みかきをしていることになる。幼児向けの絵本はページ数が少ないのが普通であることからすると、一冊どころか二冊以上ものの絵本を読んできかせている親もまれではないということを示している。

子どもが選び、お母さんが読む

絵本の読みかきをするのは「お母さん」という、予想どおりの結果になった(図5)。全体では、九五%の人が、「お母さん」と答えている。読みかきをしている「お父さん」は全体で一四%いる。

ところで、読みかきかせのときに、絵本はだれが選ぶのであろうか。子どもが選ぶという回答が、全体では八七%を占めている(図6)。この質問項目は、複数回答をした人がいるので「お母さん」という回答にも、数字が集まっている。M幼稚園以外の三つの園では、三割を超え、K幼稚園では、四割に近いお母さんが本を選んでる。大体において、子ども自身が選んでいるが、三回に一回ぐらいは、お母さんが選んでやると

図5 だれが読んできかせるか

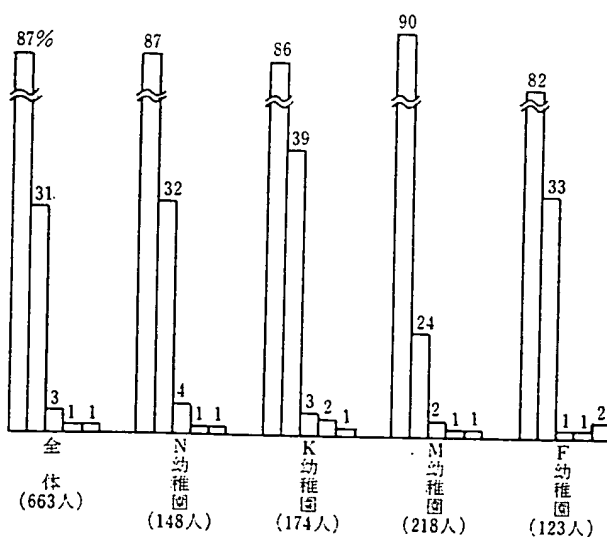


絵本が好きな子どもたち

絵本の読みかきかせをしてもらうときに、ほとんどの子どもが自分で本を選んでることがわかったが、ふだん、絵本を読んでもほしいと親にせがむ子どもは、どのくらいいるのだろうか。

図7に示したように、「ほとんど言わない」「まったく言わない」子どもたちは、ごくわずかで、「よく言う」「ときどき言う」を合わせ

図6 だれが本を選ぶか



て、九五%の子どもたちが、絵本を読んでもほしいと言っている。ほぼ同じ傾向の中で、F幼稚園のみは、「ときどき言う」が他に比べて多いという結果になっている。

また、今の子どもたちは、昔にくらべて文字を読める子が多いことから、自分で絵本を読む子もかなりいるのではないかとこの想定のもとに「自分一人で本を読むことがありますか」という質問をした。

図8のように、その結果は、「よくある」と「ときどきある」を合

わせると九割で、「読んでもほしい」よりもわずかに少ない。子どもたちは自分一人で読んでいながら、母親に読んでもほしいとせがんでいるのである。

ただ、「読んでもほしい」という子は「よくある」のほうが「ときどきある」よりも多数であるのに対し、自分一人で読んでいるのは、「ときどきある」のほうが「よくある」よりも多くなっている(図7、図8参照)。

N幼稚園の場合は、「よくある」

方、お話をしきかせる母親が、思ったより少ないのも現代の風潮を表しているのではないかと思われる。かつて、子どもたちが、母親や祖母が語る昔話をききながら眠りについたというの、古い話になりつつあるようだ。

週に七回、一日一〇分以上も絵本を読む母親も

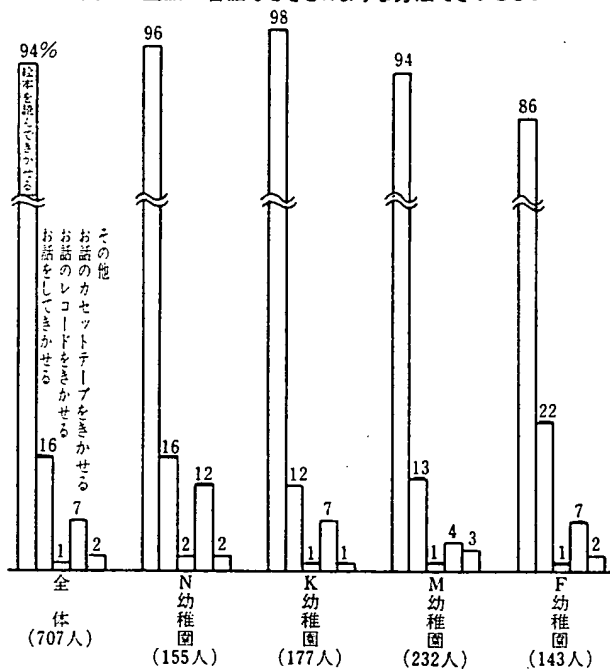
絵本の読みかきせをするか答えた母親に、週に何回読んできかせるかをたずねたところ、全体の平均では、週に三・四回という結果が出た。

四つの園について、平均回数の順位を示すと次のとおり。

- ① N幼稚園 四・二回
- ② K幼稚園 三・四回
- ③ M幼稚園 三・三回
- ④ F幼稚園 二・五回

図3に示したように、全体では、週一回から三回までを合わせると六三%のほり、K幼稚園とM幼稚園は、ほぼ同じ傾向を示している。それに対し、N幼稚園では、週三回までが四八%で、四回以上が五二%と、他園とは異なる傾向を示している。とくに目立つ点は、三〇%の親が、週に七回以上、言いかえれば毎

図1 童話や昔話などをどのような方法できかせるか



日、絵本の読みかきせをしているというのである。一〇回とか二〇回とか答えている親もあり、この母親たちは、一日に数回読みかきせをしていることになる。

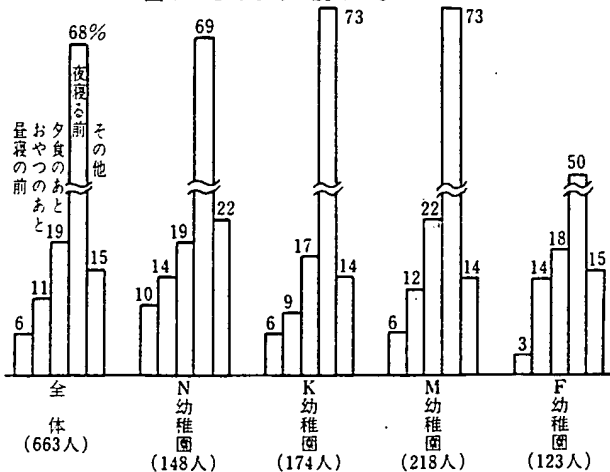
図3 童話や昔話などを週何回読んできかせるか

	1回	2回	3回	4回	5回	6回	7回以上
全 (564人)	21%	24	18	6	10	4	17
N幼稚園 (124人)	13	16	19	6	11	5	30
K幼稚園 (149人)	20	27	17	6	8	4	18
M幼稚園 (186人)	19	25	21	5	14	5	11
F幼稚園 (105人)	37	27	15	7	5	1	8

図4 1日に何分ぐらい読んできかせるか

	5分	5~10分	10~15分	15分以上
全 (651人)	13%	41	33	13
N幼稚園 (144人)	7	33	40	20
K幼稚園 (172人)	15	41	30	14
M幼稚園 (218人)	16	44	31	9
F幼稚園 (117人)	11	45	34	10

図2 どんな時に読んできかせるか



子どもたちはどのようにテレビや絵本に接しているか (2)

浅井真慧 ● 放送研究部

子どもたちが家庭でどのように絵本やテレビに接しているかを知るために、この六月に「絵本とテレビについての調査」を実施した。関東と関西の四つの幼稚園に調査を依頼し合わせて七〇八人の園児の母親から回答を得た（調査対象者の内訳は、表1のとおり）。

このうち、関東のM幼稚園の調査結果については、本誌一〇月号に報告したが、今号では、M幼稚園を含めて、四つの園全体についての分析結果を報告する。

各幼稚園については、表1に所在地を示したが、どの幼稚園も住宅地に位置し、サラリーマンの家庭が最も多いという点で共通点をもっている。にもかかわらず、各園の回答結果を比較したときに、質問項目によって、特異な傾向を示す園が出現することがある。ことにN幼稚園の場合に、その傾向が強く現れたので、N幼稚園の特徴については、後段で

詳しく触れることにした（三四ページ参照）。

なお、前回は、調査票の質問項目の順にしたがって質問内容（選択肢）などをできるだけ示したが、今

「絵本はどのように読まれているか」

童話や昔話をきかせる方法は？

調査への導入部として、まず初めに、童話や昔話をきかせるときにどのような方法をとるかを示す。予想したとおり、お話のレコードやカセットテープを利用している親は、

いずれの園でも少なかった。図1にその結果を示したが、この質問では複数回答をした人も含んでいるので、レコードやカセットのみを利用して童話や昔話をきかせている人数は、さらに少なくなる。また、お話をしきかせる人は、レコードやテープを用いる人より少し多い程度である。絵本を読んできかせるという

回は、質問項目は、必要なとき以外は省略した。

また、質問によって回答者数が異なるのは、複数回答や無回答などの処理によるためである。

方法をとる親が圧倒的に多い。四つの幼稚園全体で九四％、最も多いK幼稚園では、九八％の親が、童話や昔話をきかせるときは、絵本の読みきかせによると答えている。

これは、童話や昔話をきかせるのが、一日のうちのいつかということと関連があるのかもしれない。絵本を読んできかせるのは「夜寝る前」と答えている人が、全体で六八％、「夕食のあと」「おやつ」のあとに

くらべると比率が高い（図2）。夜、添い寝をしながら絵本を読んできかせる母親の姿が、最も平均的なのではない。機械文明の発達した現代とはいえ、レコードやカセッ

表1 調査対象者の内訳

	低年齢			中年齢			高年齢			計		
	男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計
N幼稚園（奈良県奈良市）	16	15	31	30	31	61	32	31	63	78	77	155
K幼稚園（大阪府池田市）	10	5	15	46	44	90	38	34	72	94	83	177
M幼稚園（東京都葛飾区）	36	23	59	48	44	92	37	44	81	121	111	232
F幼稚園（神奈川県鎌倉市）	0	1	1	39	32	71	34	38	72	73	71	144
計	62	44	106	163	151	314	141	147	288	366	342	708

注.(1)年齢区分は次のとおり
低年齢：3歳3か月～4歳2か月
中年齢：4歳3か月～5歳2か月
高年齢：5歳3か月～6歳4か月

(2)F幼稚園の低年齢の1名は集計には加えなかった。

トテープのお話を子守歌代わりにききながら眠りにつくという図は、まだ一般的にはなっていない。一

展への活路を見出そうとする姿勢がうかがえる。日本の文化・学術の中心県になることが奈良にとってふさわしいとも考えているようである。

奈良県民のかたくなまでの歴史・文化指向。これも、ゆとり、のなせる技か。

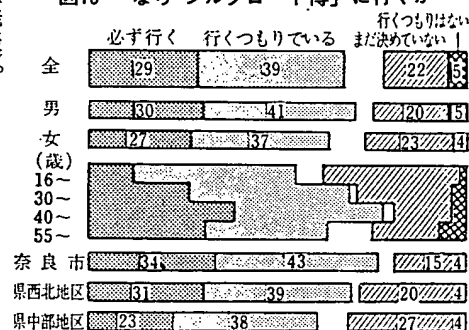
四、なら・シルクロード博

1 高い関心

来年四月開催される国際的ビッグイベント「なら・シルクロード博」——県民はこれをどのように受けとめているのだろうか。

「なら・シルクロード博」が開かれることを知っているかという質問に対しては九五％が「知っている」と答えており、行くかどうかについては、図13のとおり、「必ず行く」二九％、「行くつもりでいる」三九％と、三人に二人の県民が見てみたいと言っている。「行くつもりはない」という人はわずか五％に過ぎない。「なら・シルクロード博」への関心は高いといつてよからう。実際、この調査の時点で既に一三五万枚の前売券が発売されている（シルク博協

図13 「なら・シルクロード博」に行くか



会発表）。

「行ってみよう」と思っている理由（複数回答）としては、「奈良県で開かれる博覧会だから」五四％、「シルクロードと日本文化の関係が知りたいから」五一％、「シルクロードに関心があるから」三九％（いずれも該当者分母）などがあげられており、「展示物に魅力があるから」という理由は、三七％と比較的少なかった。七月の段階では、「シルクロード」の「何か」という程度の意識でしかなく、博覧会の具体的なイメージは、まだ県民の間に定着していない。

そのあたりが原因であろうか、

行くかどうか「まだ決めていない」県民が二一％と多く、特に三〇歳未満の若者では、三六％が態度未定である。イベントばかりで慣れっこになっている若者にとっては、一体どんなことをやるのか、中身が気になるところなのであろう。行くも行かぬも内容次第。今後、具体的な展示や催しが見られるにつれ、関心も一段と高まるものと思われる。

2 大きな期待

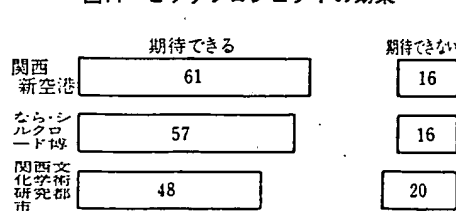
県民は「なら・シルクロード博」にどのような効果を予想し、また期待しているのだろうか。

まず、その波及効果について聞いたところ、「地域のイメージアップがはかれる」二三％、「観光客が増える」二一％、「地域の文化・芸術が振興する」二〇％などの答えが多かった。これほどの国際的ビッグイベントは奈良では初めてだけに、県民はさまざまな効果を期待しているようである。

では、その期待の大きさは？ 関西で進行中の他のビッグプロジェクトと比較してみよう。各プロジェクトは、今後の自分の生活の上で、よい効果が期待できると思うか、という質問に対して、

〈関西新空港〉については六二％、〈なら・シルクロード博〉は五七％、〈関西文化芸術研究都市〉は四八％の人が「期待できる」と答えている。

図14 ビッグプロジェクトの効果



「期待できる」と答えている。〈なら・シルクロード博〉への県民の期待は、〈関西新空港〉に対する期待に匹敵する大きなものである。

「国際文化観光県」を目指す奈良県にとって、「なら・シルクロード博」は世界の検舞台に出るチャンスといえる。古都奈良の新たな飛躍。二一世紀に向けて新たな一歩を踏み出した奈良の発展の一つの起爆剤として、県民の「なら・シルクロード博」に寄せる期待は大きい。

良を選択した理由の一つは文化財だと言われるが、それを裏づける一つの証拠と言えそう。

保護に留意しながら開発を

文化財の保護は大切だという考えはわかった。では、開発に対してはどう考えているのか。

「奈良県は文化財保護のための法律上の制約が多すぎ、開発の障害になっている」という命題に対しては、「そう思う」三八%、「そうは思わない」四〇%と、意見が真二つに分かれる。

生活がより便利になることは、県民にとっても望ましいにちがいない。実際、人口流入に対しては好意的であるし、その理由の一つに「開発が進み生活が便利になるから」をあげている。そうかといって、文化財の破壊にはにわかに賛成しかねる。文化財があるからこそ奈良であり、だから奈良が好きなのだ。法律上の制約に対する意見の対立は、こうした県民の迷い・悩みをうかがわせる。破壊をすることなく生活の快適さを求めたい。そしてそれは可能である、というのが多くの県民の考え方はあるまいか。

開発と文化財の保護は、県民に

とって対立概念ではない。両立しうべきものである。いかに両立させるかが今後の課題だ。保護に留意しながら開発を、これが県民の願いと言えよう。

3 将来像

一〇〇年を振り返って、歴史・文化の保存に対する評価が高く、今後の開発との関係でも、文化財の保護を基調に置いていることがわかった。では、県民は、奈良県が「将来どのような県になったらよいと考えているのか（答えは二つまで）」。

最も多かったのは「歴史遺産の保護につとめ、日本人の心のふるさととしての役割をになう県にする」四一%、ついで「自然や名所、旧跡の保護につとめ、国民の保養地にする」三八%であった（図12）。ともに、観念的・精神的な将来像である。今まで良かった。これからも今までどおり、静かにおだやかに、という姿勢が汲み取れる。この背景には、恵まれた自然環境、他の土地にはない独特の文化の香りに加えて、これらを満喫できる生活面での高い満足感があるのであろう。

では、経済面はどのように考え

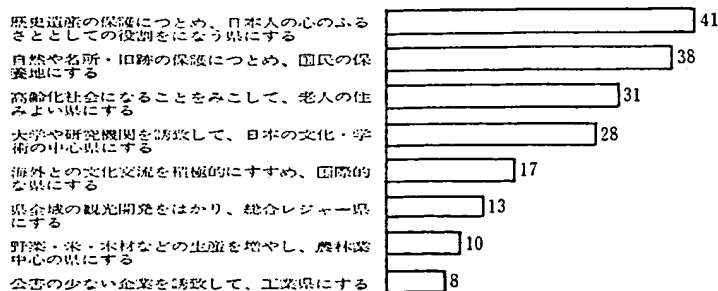
ているのだろうか。「日本人の心のふるさと」「国民の保養地」といっても、そこから「観光収入」までは考えていないようだ。「県全体の観光開発をはかり、総合レジャー県にする」のがよいと考える人は一三%しかいない。経済への関心の低さは徹底している。い

最近NHKが行った同種の調査と比較してみるとおもしろい。六〇年の「四国住民意識調査」では、四国の将来像として「工業化、をあげた人は三二%と二番目に多かった。これに対して奈良では、「公害の少ない企業を誘致して、工業県にする」と答えた人は最も少なく、わずか八%に過ぎない。奈良のゆとり感は相当なものである。観光も不要、工業化も不要というわけである。

「経済発展」に問題意識を示す三、四〇代や転入者はどのように考えているのだろうか。彼らにも、工業化や観光開発をあげる者は少なく、むしろ「心のふるさと」「保養地」も生粋県人より高く、さらに「大学や研究機関を誘致して、文化・学術の中心県にする」という考え方が、三〇代で

三八%、転入者で三七%と、これらに迫る勢いを見せているのが目立つ。（ちなみに、生粋県人では一八%に過ぎない。）なお、彼らは「関西文化学術研究都市」計画にも比較的高い関心と期待を示している。歴史・文化、これこそ奈良だ。安易な経済発展でなく、奈良らしさを生かしつつ活性化・発

図12 奈良県の将来像



る、といったところか。一般的には、交通への不満はあまり高くはないと言つてよからう。評価の違いは、個人の生活態度の違いに由来するものと思われる。

次に「自然」については、「自然環境が保護されてきた」三七%、「自然破壊が進んだ」一九%である。これは地域による差が出ており、「自然破壊が進んだ」という人は、ベッドタウン化が進んでいる県西北地区（二五%）が目立つ。しかし、それを理由に人口流入に反対するところまでには至っていない。まだまだ受け入れる余地はあると考えているようだ。県民にとって、「破壊の程度」はまだ深刻ではないようである。

低い経済への関心

「経済」への関心は比較的低い。「経済発展の立ち遅れ」を指摘した人は、三、四〇代（三一%）、転入者（三一%）、および経営者・管理者・農林・自営業層（三二%）が目立つが、全体としては二四%に過ぎない。

一方「経済が順調に発展した」と積極的な評価を与えた人もわずか一三%。「経済」は「歴史・文化」のかけに隠れる恰好になって

いる。

しかし、従来の奈良のイメージからすれば、これらの数字も決して低いとは言えない。「大仏商法」とその消極的な経済観念をやゆされてきた奈良においても、四人に一人は「経済発展」への問題意識をもっていることがわかった。今後の展開を見守りたい。

2 文化財

保護が基調

奈良の発展、開発を考えると、宿命的につきまとうのが「文化財」である。土地を掘りおこせば、学問上貴重な出土、建物はそのまま、重要な文化財。自分の家にも思うように手を加えることができない。至る所に「国の財産」が転がっている。こうした文化財に対する県民の意識はどうであろうか。

まず「文化財に対する関心の程度」を聞いたところ、図10のとおり、七六%の人が「（おおいに・多少は）関心を持っている」と答えている。県民の文化財に対する関心は非常に高い。

では、具体的にどのようになっているのか。平城宮跡と明日香村をあげて聞いてみた（図11）。

「平城宮跡は今の状態で保存すべきだ」という意見に賛成する人は八一%、また、「明日香村には、これ以上観光開発などの手を加えないほうがよい」という考え方には七一%の人が賛成している。多くの人が、現状での保存」を支持していると言える。

一般論としても、「文化財保護のためなら、開発が遅れてもやむを得ない」という人が五二%と多く、反対派は三〇%である。あくまでも保護が基調にあると言える。

図11 開発と文化財の保護

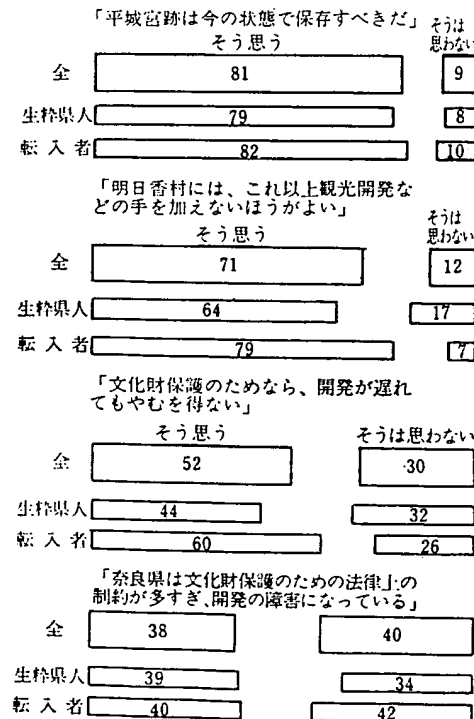
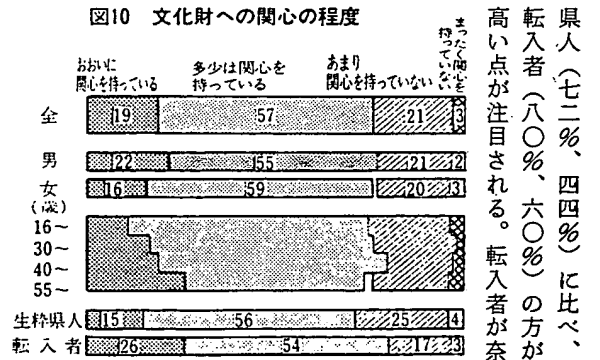


図10 文化財への関心の程度



昇した。政治への意欲は薄い、不満もあまりない。他人まかせでも、そこそこの政治をやってくれている。わざわざ自ら出て行くこともあるまい。それよりレジャーだ、ということか。

3 本質的には変わっていない
五三年の調査では、生活への満足度の高さが指摘された。今回の調査でも、暮らし向きのゆとり感の高さ、政治に対する満足度の上昇から、同様のことが言えそう。むしろ、満足度は強まる傾向にあると言えてよからう。

満足度の背景を、五三年の分析では、奈良の寝だおれ、に象徴される昔ながらの消極的な人生観と、転入者の大阪とのつながりに求めている。大阪指向の強さは既に述べたとおりだが、昔ながらの消極的な人生観は、今日もおそう言えるだろうか。

結果に則して見ると、「多少自分の考えに合わない点があっても、みんなの意見に合わせたい」が七一%から六九%に、「はじめての人に会うのは、気が重いほうだ」が四三%から三九%に、それぞれ若干減少した。一方、「仕事や生活の上で、新しいことを積極的に

取り入れたいほうだ」が七二%から七七%に若干増加している。この間の人口の急増を考慮に入れば、県民性にあまり変化はなかったと言えよう。奈良の寝だおれは今日も健在である。

五三年の分析ではさらに、この背景として、県民の宗教心の厚さを指摘している。「何か宗教を信仰している」人の割合は、全国の二九%に対して奈良県は四一%であった。今回はこれについての調査はしていないが、全体的に大きな変化がないことから、逆にこれを類推することができよう。奈良県民は、従来どおり宗教心が厚いに違いない。

三、工業化よりも日本人の心のふるさと

1 一〇〇年の歩み

歴史・文化を大切にしてきた
奈良県は、今年、県ができてから一〇〇年になるが、「この一〇〇年の変化を県民がどのように考えているのか」について尋ねたところ（複数回答）、図9のとおり、「伝統文化・歴史遺産を大切にしてきた」という評価をする人が六

一%と群を抜く多さであった。文化財保護を評価する声は非常に大きい。奈良の歴史・文化は、日本の歴史・文化である。県民自身もその重要性を十分自覚しているようだ。

ただし、「大切にすぎた」と考える人もわずか（七%）ではあるが存在する。これは主に男性（一〇%）、職業別では農林・自営業者と経営者・管理者の層（一三%）に目立つ。歴史・文化保護のために思うように開発できず、窮屈な生活を強いられているといういらだちが若干うかがえる。

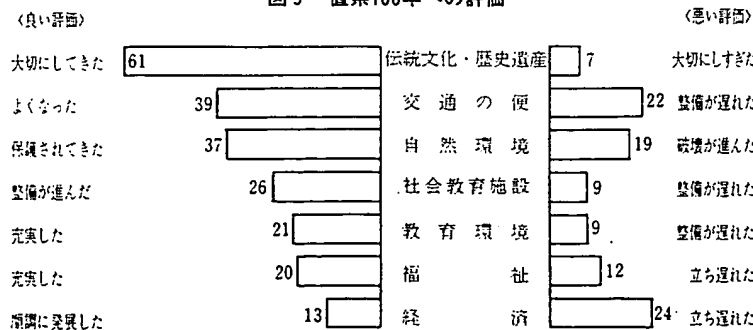
しかし、もちろんこれらの層でも「大切にしてきた」と評価する人の方が圧倒的に多く、概して、奈良の一〇〇年は歴史・文化保護の一〇〇年であった。そして県民の多くも、それを好ましく受けてめている。

分かれる評価

〈歴史・文化〉について関心が高いのが〈交通〉と〈自然〉である。やはり生活に密着しているだけに関心も高いようだ。

まず〈交通〉については、「交通の便が良くなった」三九%、「交通網の整備が遅れた」二二%。

図9 置県100年への評価



地域による差はあまりないが、人口急増地帯で「良くなった」という人が多めである。「遅れた」という批判は、男性（二九%）、経営者・管理者・農林・自営業層（財産投資型）の人（三八%）に多い。より積極的な生活を送ろうとすると交通網の不備が気になる

が増加し、「住まい」「教育」が減少した。「住まい」の減少は、住宅の整備が進み、充足感が増したためと考えてよからう。

では「教育」は？ 充足したのか、それとも関心が減ったのか。

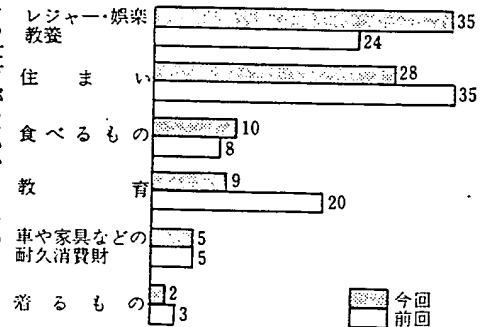
少なくとも全国レベルでは、教育への関心は高いといえる。大学の入試改革は毎年のように行われ、数々の教育問題がマスコミを賑わしている。では奈良は？

奈良県は、今年、高校進学率では近畿一位（九六％）、大学進学率では全国一位（四二％）と、非常に高い進学率を誇る。教育への関心は決して低下したとは言えない。

また、この九年で、県内の学校数が増えるなど教育施設の整備もかなり進んだ。高い進学率、施設の整備などから、県民は「教育」について、一応の満足をみているのではないか。「住まい」同様「教育」も、充足感が増したため数字が半減したものと思われる。

「住まい」「教育」の充足感の中で、ゆとりは「消費」に向けられるようになった。この傾向は、特に「多少ゆとりがあるほうだ」という人に強く表れている。あくまでも仕方がない、ガツガツ

図6 これからの生活で特に充実させたいもの（前回との比較）

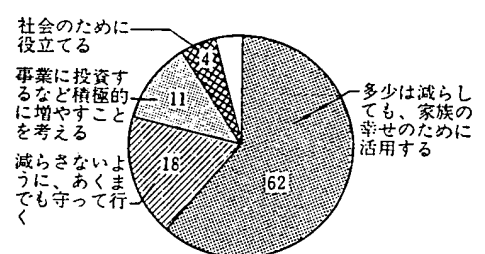


貯めても仕方がない、といったところか。

「仮に、かなりの財産があるとして、その財産はどうするのがよいと思うか」という質問に対して、六二％の人が「多少は減らしても、家族の幸せのために活用する」と答えている。「減らさないようにする」「積極的に増やす」という人はともに少ない（図7）。

2 市町村の政治にも満足
政治は我々の生活に深くかかわ

図7 かなりの財産——どうするのがよいか

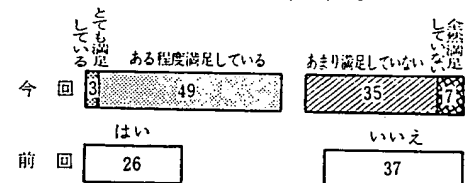


っている。生活への意欲は政治への意欲となつて、生活上の不満は政治への不満となつて表れる。県民の政治意識について、生活に最もかわりの深い市町村の政治をとりあげて考えてみよう。

市町村政に対する住民の満足度は、この九年間で上がった。図8のとおり、五三年の調査では不満派が満足派を上回っていたが、今回の調査では（とても・ある程度）満足している人が五二％と過半数を占め、「（あまり・全然）満足していない」人は四二％にとどまった。

「国、県、市町村のどのレベルの政治にいちばん関心があるか」

図8 市町村政に満足しているか



注) 今回は「リスト」を見せて、前回は「リスト」なしで答えてもらったもの

という質問に対しては、三七％の人が「市町村の政治」をあげ、「国の政治」に近差の二位で続いている。これは、五三年の調査結果と全く変わらない。

また、「日常の暮らしに必要な情報を何から入手しているか（回答は二つまで）」という質問に対して、一〇％の住民が「県や市町村の広報」をあげている。これは「テレビ」「新聞」につぐ多さである。（「ラジオ」は九％だった。）

ところが、参加感は相変わらず低い。「住んでいる市町村の政治は自分たちが動かしていると思うか」という質問に対して（どちらかといえば）そう思う」と答えた人はわずか一六％。（どちらかといえば）そうは思わない」という人が七九％と圧倒的であって、この状況は五三年の調査結果とほとんど同じである。

参加感は低いまま、満足度は上

図3 ここは住みよいか

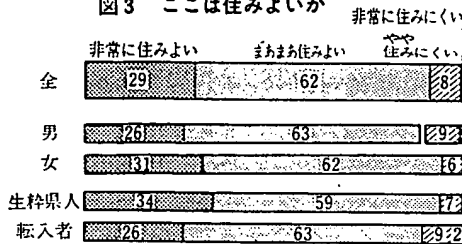


図4 暮らし向き

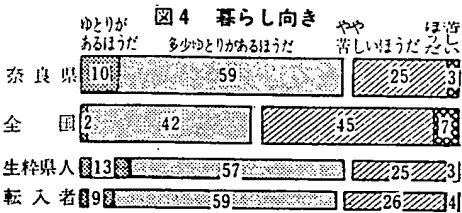
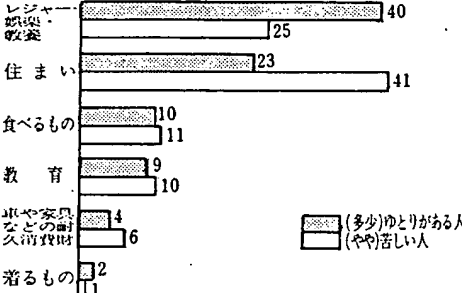


図5 これからの生活で特に充実させたいもの(ゆとり感別)



人口の停滞・過疎に悩む地域では、自然環境には恵まれているものの、生活基盤の確立にもの足りなさがあると言える。

「住みにくい」理由に「人間関係がよくない」点をあげた人は該当者の三一%、全体のわずか三%に過ぎない。人口流入に対する考え方について述べたところでも、人間関係の問題が表面化していないことに触れた。どうやら奈良では、人間関係はあまりとりざたされないようである。一つには、秩序ある流入、ということがあるのかもしれない。

根強いゆとり感
五三年の調査で、奈良県は全国

でもゆとり感の高い県という結果が出ている。大阪について全国二位、六七%の人が「暮らし向きは世間一般に比べて(多少)ゆとりがあるほうだ」と答えていた。

今回の調査でも、七〇%の人が「(多少)ゆとりがあるほうだ」と答えている(図4)。

今年二月の全国調査「くらしと政治」の結果が四五%だったから、奈良の「ゆとりがある」人の割合は、全国平均の約一・五倍ということになる。日本人はみんな中流意識をもっていると言われているが、とりわけ奈良では中流意識が広がっていると言える。相変わらず、ゆとり感の高い県である。

しかし、客観的には、必ずしも裕福な県とは言えない。経済企画庁の調べによると、奈良県の個人所得は全国三三位である(昭和五九年度)。一体、奈良県のゆとりの高さは、何に由来するのであるうか。

これを考える場合、質問——「これからの生活で特に充実させたいもの」が一つのヒントを与えてくれる。

図5のとおり、「(多少)ゆとりがあるほうだ」という人は「レジャー・娯楽・教養」を、「(やや)苦しいほうだ」という人は「住まい」を、特に充実させたいと考えている。「住まいの充実」がゆとり感の一つの要因と言えそう。

確かに、転入者の多くは、土地を買い家を建てて奈良に移り住んでいる。念願の「マイホーム」を手に入れてホッと一息、これに住みごこちのよさが相まって、ゆとり感となって表れていると考えられる。

では、もともと奈良に住んでいる人についてはどうか。増改築により住まいの

充実もあるだろうが、それがゆとり感に直結しているとは考えにくい。他の要因があるはずだ。おもしろいデータがある。総務庁統計局の発表によると、奈良県は一世帯当たりの貯蓄額が全国五位である(昭和五九年)。さらに、生粋県人には、代々伝わる土地や山林もある。いざという時には何とかなる——こんな余裕をもっているに違いない。この余裕がゆとり感の一つの要因と言えるのではないだろうか。

転入者と生粋県人、それぞれがそれぞれの理由からそれぞれにゆとり感をもっている。これが合体して奈良県の高いゆとり感を形成しているものと考えられる。

二、九年の変化

1 強まる消費指向

根強いゆとり感、中流意識の広がりの中で、県民は、これからの生活に何を求めているのだろうか。前出の「これからの生活で特に充実させたいもの」をもう少し詳しく見てみよう。

図6のとおり、五三年の調査に比べ、「レジャー・娯楽・教養」

図1 「人口流入」は望ましいか

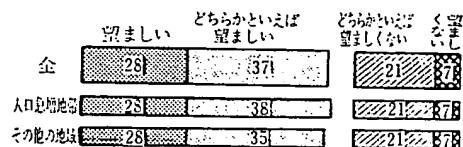
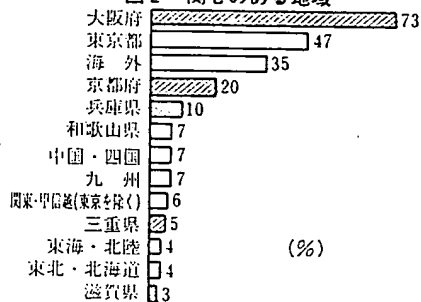


図2 関心のある地域



な問題点を指摘しているに過ぎない。奈良では、県民間の、人間関係の希薄化はあまり問題になってはいないようである。

強い大阪指向

奈良が大阪の「ベッドタウン」であることは一般に認められている。では、どの程度のつながりがあるのだろうか。

「奈良県以外ではどのニュースや話題に関心があるか」を尋ねたところ(複数回答)、図2のとおり、「大阪府」をあげた人が七三%と最も多く、次いで「東京都」四七%、「海外」三五%となっている。極端なまでの大阪への集中にまず驚かされる。

さらに、複数回答であるにもかかわらず、「京都府」が五人に一人、その他の隣接県をあげた人はほとんどいなかった。紀伊半島は一つのまとまった生活圏を形成していない。

この強い、大阪

指向は、生育地の違いや居住地域による影響を受けない、県をあげての傾向である。代々奈良に生まれ育った人たちにとっても、大阪を抜きにして生活は語れないよう

だ。「大阪府奈良」という言葉がよく耳にするが、今回の調査で見事なまでに強い大阪指向が浮き彫りになった。

ベッドタウン化は深く着実に浸透している。

2 暮らし

ほどよい住みこころ

急激な人口増加、大阪との強いつながりの中で、県民の暮らし振りはどうであろうか。まず、住みこころ、という点から見てもよ

「今住んでいる所は住みよい所だと思ふか」という質問に対し、図3のとおり、九一%の人が「(非常に・まあまあ)住みよい」と答えている。そして、その理由(複数回答)としては、「自然環境がよい」六九%、「公害が少ない」五〇%、「交通が便利」三六%(いずれも該当者分母)など、生活環境の良さがあげられている。一方、「(やや・非常に)住みにくい」という人は人口急増地帯以外の地域に住む人に多く、ベッドタウン化の進展とともに、県民の「住みこころ」はさらに良くなると言えそう。

転入者は快適な居住空間を求めて奈良に移ってくる、といわれる。都会の喧騒から逃れたい彼らにとって、住みよいかどうかの基準は生活環境にある。そして奈良は、それを満たしてくれる所らしい。転入者は快適居住空間を手に入れ、住みこころのよさを満喫している。

一方、両親とも奈良県生まれの「生粋県人」にとっても、生活環境が重要なようである。既に見たように、生粋県人も大阪とのつながりが非常に強い。彼らが生まれ

育った土地の環境のよさを指摘するのは、大都市大阪の雑踏、混雑を生活の中で実感し、それとの比較において、あらためて地元のよさを認識しているためと言えよう。

ところで、こうした環境評価の背景には、人口流入・ベッドタウン化による都市開発があるものと思われる。既に見たように、人口流入が「望ましい」とされる主な理由に「生活が便利になるから」があった。人口急増地帯では、確かに、道路の整備が進むなど生活が便利になっている。だからこそ自然などの環境に目が向くのである。これは、人口急増地帯以外の地域で「住みにくい」という人が比較的目立ち、その理由として「交通が不便」八一%、「買い物に不便」五二%(いずれも該当者分母)をあげていることからもうかがえる。大都市大阪とのつながりが深いだけに、ある程度の便利さが備わっていないければならず、それが備わってはじめて、大阪にない自然環境のよさが高い評価を受け、住みよさにつながるものと思われる。豊かさ、心の時代、が叫ばれる今日を見事に映し出している。

“ゆとり”の中で歴史・文化指向

奈良県民意識調査から

まえがき

この調査は、奈良県の置県一〇〇年、NHK奈良放送局の開局五〇周年を機に、県民が、身近な社会、経済や暮らしの変化をどのように考えているのかを明らかにし、番組制作の資料とするために行ったものである。

調査は、当放送局が世論調査部の協力を得て、今年の七月、県内五〇地点において、一六歳以上の県民六〇〇人を対象に個人面接法で実施した。

調査結果は、九月上旬五日間にわたって「ニュースワイド630」で、また、九月一日の「きんきくらしのチャンネル」でリポートしたほか、九月一日には「奈良が好き・あすへの提言」と題する一時間三五分の特別番組を生放送し、翌日それを四四分に再編集し

て放送した。

ここでは、今回の調査結果の中から、県民の間に広がる「ゆとり」の感覚や、文化財保護に対する考え方などをとりあげるとともに、九年前に実施した「全国県民意識調査」における奈良県の結果との比較を織り込みながら、県民の描く奈良県の将来像について報告する。

また、来年四月に開催される国際的ビッグイベント「なら・シルクロード博」に対する県民の関心、期待などについても、若干の分析をこころみる。

一、ベッドタウン化

1 人口急増

人口流入は望ましい
自治省の発表によると、昨年度

の奈良県の人口増加率は一・二七％、埼玉・神奈川・千葉について全国四位である。ここ一〇年で、奈良の人口は約二〇万人増加した。そこでまず、「人口急増」の主たる要因である「人口流入」の問題から見て行くことにしよう。

図一のとおり、六五％と、県民の三人に二人までが人口流入を「どちらかといえば」望ましいと考えており、「どちらかといえど」望ましくないと思っている人は二八％に過ぎない。地域別にみても、人口急増地帯の住民とそれ以外の地域に住んでいる人との間に差は認められない。

次に、流入を「望ましい」とする人にその理由を「いくつでも」あげてもらった。「県民の視野が広がる」「五三％（該当者分母・以下同じ）」「都市開発がすすみ、生

活が便利になる」四七％、「経済が活性化」四六％の三つが上位を占めており、物心両面から人口流入を支持していることがわかる。

一方、流入を「望ましくない」とする人の理由としては、「住宅の過密化につながる」四六％（該当者分母・以下同じ）、「道路の渋滞や騒音が增える」四五％、「歴史遺産や自然の破壊がすすむ」四二％などが多かった。「地域の連帯感が薄れる」は二五％で、反対者の四人に一人があげたにとどまる。

ベッドタウンというと、とかく新・旧住民の対立、人間関係の難しさが言われるが、今回の調査では、少なくとも表面化はしていないと言える。人口流入に反対の人も、人口の増え過ぎからくる量的

表4 イブニングニュース10年間の変化
(1976年3月と86年3月)

	76年3月1日～5日	86年3月3日～7日
ABC	98項目 (フィーチャー7)	67項目 (フィーチャー10)
CBS	92項目 (フィーチャー5)	66項目 (フィーチャー10)
NBC	75項目 (フィーチャー3)	79項目 (フィーチャー9)

(資料: "TV Guide")

曜(金曜)のイブニングニュースである。一〇年前のニュースのビデオテープは、テネシー州ナッシュビルのバンダービルト大学から借りた。同大学が研究用に三大ネットワークのイブニングニュースの録画を始めたのは一九六八年八月である。それから今日まで、大学のライブラリーは、毎週月～金曜の五日間欠かさずイブニングニュースの録画を続けてきた。これはまことに貴重な資産である。「テレビガイド」誌が一〇年前と今日のテレビニュースの比較をすることができたのも、このライブラリーのおかげである。

「テレビガイド」誌による調査の結果は左上の表に示すとおりである(表4参照)。表の数字が示すように、ABCとCBSの二つのネットワークのイブニング・ニュースは、一〇年前と比べて、取り上げる項目の数がかなり減っている。NBCは項目数では一〇年前より若干増えているが、フィーチャーの数は増えている(フィーチャーとは、業界用語では、劇映画を指す場合が多いが、この場合は、長めの映像レポートのこと、番組の主役であるアンカー自身がリポーターになる場合が多いという)。

調査を実施した「テレビガイド」誌は、一〇年間に三大ネットワークのイブニングニュースは変わった、という。七六年当時、ネットワークニュースは、アンカーのクロンカイト自身も言っていたように、ヘッドライン・サービスであった。ネットワークのイブニングニュースは翌日の新聞の「早版」の役割を果たしていた。例えば、七六年三月五日放送のイブニングニュースで取り上げた項目のほとんどが、三月六日付けのニューヨークタイムスに載っているのである。

その代わり、当時のレポートは、

ビジュアルな要素と言えばスチール写真だけというものが多かったのである。フィルムを使ったりレポートも少なかった。衛星による素材の伝送はほとんど行われなかった。料金が高すぎたのである。CGを使うことなど、とても考えられなかった。

このように、七六年当時のネットワークニュースは、今日からみれば「荒削りで洗練されておらず、まじめ一方のワイヤサービス」(「TVガイド」誌)とでも言うべきものであった。当時のアンカーは「クロンカイトをはじめ、基本的にはニュースのリーダーに徹していた。七〇年代後半と言えば、ローカルニュースのアンカーのくつろいだおしゃべり(chat)が流行した時期であったが、ネットワークのイブニングニュースのアンカーは、その流行にも無縁であった。それと比べると、今日では衛星による伝送やCG、アニメなどの利用が日常的に行われ、アンカーのインタビュも多用されている。

「ガイド」誌は、これを「Kaleidoscopic picture magazine」への変身と呼んでいる。変化の是非についてはともかく、ネットワークニュースが、大きな岐路に立っていることは間違いないところであろう。

参考資料

- この稿をまとめるにあたって参照した主な資料は次のとおりです。
- CBS Inc. 1980. *60 Minutes Verbatim*
 - Madsen, Axel. 1984. *60 Minutes: the power and the politics of America's most popular TV news show*. Dodd, Mead Co. Inc., New York.
 - Shaw, David. "60 Minutes": A TV Habit. *Platts and All*. Los Angeles Times, June 10, 11, 1980.
 - Stein, Harry How "60 Minutes" Makes News. *New York Times Magazine*. May 6, 1979.
 - Weisman, John. *Are We Better Informed Now—or Worse?* TV Guide, August 23, 1986.
 - Wanniski, Jude, ed. *The 1987 Media Guide: A Critical Review of the News Media's Recent Coverage of the World Political Economy*. Harper & Row, Publishers, New York.
 - ほか「Broadcasting」, "Channels of Communications", "Television & Radio Age", "Variety" など各種定期刊行物の関連記事を参照しました。
 - また、CBSニュースのドン・ヒューイット氏から「60分」関連資料の提供を受けました。記して感謝の意を表します。

月刊 新聞研究

11月号 11月1日発売
定価700円

政治報道の 現状と問題点

政治報道の課題は何か……… 広瀬道貞(朝日)
マスメディアの政治過程に与える影響……… 児島和人(東京大)
日米比較で見る政治報道……… 林 茂雄(東京)
へてい談 検証・政治報道………
…………… 斎藤 明(毎日) / 不破孝一(読売) / 小田隆裕(朝日)
地方政治とメディア……… 水上武夫(北海道) / 藤井 稔(神奈川)
ロバート・マクスウェル氏に聞く……… 橋本正邦(ジャーナ)
不安なく食べるために……… 岡庭 昇(TBS)
電子メディアとジャーナリズム……… 松尾文夫(KK共闘)

新聞経営100号

(季刊) 1000円(送料・別)

創刊100号記念特別号
新聞経営の経緯……… 森田 康日経
地域社会の中の新聞……… 水野光成(毎日)
メディア多様化の中の「新聞」の行方………
平山敏雄(新潟) / 長野 健(大分)
山本和郎(読売)
現代社会と新聞………
吉川元忠(興銀) / 林 進(埼玉大)
ずいひつ・新聞経営来し方行く末………
片山睦三(調路) / 一力(夫)河北
佐島俊(上毛) / 大島五郎(中)
坂上守男(京大) / 山本 朗(中国)
井端好英(徳島)
(資料) 数字で語る新聞経営25年の歩み
部門別新聞経営日誌昭和37-62年
第七回新聞広告賞受賞作品

日本新聞協会

1階 18
2階 09
2階 45
2階 95
2階 99
〒100-8701
東京都千代田区千代田
TEL 03-3281-1111

カルニョースの時間帯を一部割愛し
てもうしかなないのである。
さきにふれたように、一九五〇年
代から六〇年代にかけての時期は、
多くのテレビ局はローカルニュース
の編成にあまり乗り気でなかった。
その後、七〇年代から八〇年代に
かけて、ローカルテレビ局をめぐる
経営環境が大きく変わり、それまで
は赤字の代名詞にすぎなかったロー
カルニュースが、逆にもうかるもの
になってきたのである。
こうして、全米各地のテレビ局は
争うようにしてローカルニュースの
時間帯を拡大して行った。現在では
六〇分のローカルニュースはいくら
でもある。大都市のテレビ局の中に
は二時間以上のローカルニュースを
放送しているところもある。

加盟局が、イブニングニュースの
時間帯拡大のためにローカルニュー
スの時間が削られることに反対する
のは、ローカルニュースが「カネの
なる木」になったことはもちろんで
あるが、そのほかにも、ニュースが
テレビ局に対する人々のイメージを
決定するうえで、大きな力を持つて
いることも重要な要因としてあげる
ことができる。市場でいちばん人気
のあるローカルニュースを持つこと
は、テレビ局の経営にとって大きな
プラスなのである。
このように、イブニングニュース
が二〇年以上も三〇分という枠の中
に押し込められている間に、周囲の
状況は大きく変わった。一〇年前と
比べると、ネットワークニュースを
めぐる環境はいちだんと厳しいもの
になったのである。

一〇年前は、ローカルニュースの
長時間化も、今日のように進展して
いなかった。ラジオのニュース専門
局の数も少なかった。新聞も「US
Aトゥデイ」のような全国紙はまだ
なかった。独立局の数も少なかった
し、独立局を結ぶINN(インデペン
デント・ネットワークニュース)
もなかった。全米のCATVシステ
ムに二四時間ニュースを送るCNN
も、まだなかった。
かつて、ネットワークニュースは
全米向けの情報伝達機関としては、
実質的には唯一無二と言えるほどの
強大な力を持っていた。今日では、
プリントメディアだけでなく、INN
やCNNなど、映像メディアにも
追いつけられている。

こうした厳しい情報環境の変化の
中で、イブニングニュース自体も、
この一〇年間にかなり変わってきた
という。この場合、二三分の時間帯
は変わらないのだから、変わったと
すれば、広い意味におけるニュース
のプレゼンテーションが変わったと
いうことになるであろう。
昨年、アメリカのテレビ番組雑誌
「TVガイド」は、一〇年前と今日
のイブニングニュースを一週間ずつ
視聴し、最近一〇年間にニュースの
プレゼンテーションがどの位変わっ
たか、調査で得られた数字を同誌に
発表して話題になった。
同誌のスタッフが視聴したのは、
七六年三月の第一週(三月一日〜五
日)と、八六年三月のやはり第一週
(三月三日〜七日)の各五日間(月

なると、発局の切り替えもそれだけ多くなる。通常の場合、ワシントンとシカゴのアンカーはリアルタイムの参加、ロンドンのアンカーは事前に通信衛星経由でリポートを送る形がとられるが、この際の発局の切り替えに要するごくわずかの時間も、

正味二分の番組では、貴重な時間なのである。このほかに、番組では毎回一〇人前後の記者が、顔出しのリポートをする。為替相場や金相場のテロップも出す。記者のリポートの時間も、一人の持ち時間が四〇秒とか、五〇秒というのも結構ある。すべては、二分間という、物理的な制約のなせるわざである。ネットワークのイブニングニュースに登場することは、多くの記者にとって、滅多にない機会なのであるが、何としても、リポートに割り当てられる時間が短い。入念な取材をしても、これでは、ごく表面的なことしか、伝えられないではないか、という声が現場の記者やプロデューサーの間でよく聞かれるのも当然だろう。

できるだけの情報を、二分間という、短い枠の中にパツクしなければならぬのだから、アンカーとしてもニュースの背景をくわしく伝える時間的余裕がない。ニュースの骨格を伝えるだけである。三人のアンカーを起用しながら、二分間という壁のために、三人アンカーという、演出の多彩さはたしかに実現したが、ニュースを掘り下げて伝えるという、いちばん肝心なところは実現できなかったようである。

ABCの「ワールドニュース」のアンカーは、八三年八月に三人制をやめて、ピーター・ジェニングスが一人で担当することになった。これはフランク・レイノルズが病死したために、番組の手直しを行った結果であるが、八〇年代に入ってABCのプライムタイム視聴率が再び下降してきたことも、三人アンカー制の解消と無関係ではないとする向きも少なくないのである。

八〇年代に入ってから今日まで、ネットワークのイブニングニュースは、三社の間で激しい視聴率競争が続いた。今年に入って、その中から抜け出してトップに立ったのは、NBCの「ナイトリー・ニュース」である。イブニングニュースの視聴率競争でNBCが一位になったのは、六〇年代の「ハントリールプリンクリー・リポート」以来である。二位は「CBS イブニングニュース」、三位は「ABC ワールドニュース」。

トゥナイト」である。

NBCはプライムタイムの視聴率競争でも好調で二年間連続の一位、続いてCBSが二位、ABCが三位というのも、ニュースの視聴率競争の結果と同様である。

三〇分ニュースの 限界と対策

すでに述べたように、ネットワークのイブニングニュースの放送時間は、一九六三年にそれまでの一五分から三〇分と倍増した。当時としては、これは画期的なことであった。問題は、それから四半世紀近くが経過したというのに、現在もまだ、放送時間が三〇分であるということである（三〇分と言っても、実質は二分であるということも、すでに述べたとおりである）。

この点についてはネットワークの方も、三〇分では十分であると考えているわけではない。これまでも、何回となく、イブニングニュースの時間枠の拡大が検討された。ネットワークの主張は、各社ともニュースの時間を現行の二倍の六〇分にすべきだ、というものであるが、それが無理なら、せめて四五分にしたい

という提案も出されたことがある。

ウォルター・クロンカイトも、CBSイブニングニュースのアンカーだった頃、ニュースの時間枠拡大の必要性を繰り返し主張した。ABCがバーバラ・ウォルターズを一〇〇万ドルで引き抜いた時も、ABCとしては、イブニングニュースの時間を拡大して、得意なインタビュを彼女にやらせる計画だったという。

イブニングニュースの放送時間を倍の六〇分に拡大することは、従来と比べて、はるかに詳しいニュースの伝達が可能になるだけに、視聴者にとっても望ましいことなのであるが、それが一向に実現しないのは、加盟局がイブニングニュースの時間枠の拡大に強く反対しているからである。

加盟局が反対する理由は、ネットワークがイブニングニュースを拡張した場合、ローカルニュースの時間の一部が削られる可能性があるからである。すでに述べたように、表3はニューヨークの直営局の例を示したものであるが、全米各地の加盟局の場合も、これと大同小異である。したがって、ネットワークニュースの時間を増やすためには、どうしても、全国ニュースの直前にあるロー

引き抜きは、アメリカの放送界では日常茶飯事であると言つてよい。特にプライムタイムに活躍する人気タレントの引き抜きは、ラジオの頃から盛んだった。テレビの時代になると、プライムタイム娯楽番組開発のノウハウの持ち主も、引き抜きの対象になった。七五年には、CBSテレビの編成担当副社長フレッド・シルバーマンがABCに引き抜かれた。七六〇七七年シーズンにABCがプライムタイム視聴率競争で一位になったのは、編成マンとして業界随一といわれるシルバーマンの力量に負うところが大きいのである。

七七年から七八年にかけてABCニュースが行った引き抜きも、その規模の大きさを驚かせたものである。この二年間、ABCは二九人の記者と二〇人のプロデューサーをライバルのネットワークから引き抜いたのである。

ABCの引き抜き作戦ではCBSの被害が大きかった。これはCBSニュースに、それだけ優秀な人材がそろっていたということでもある。当時、CBSからABCに移籍した記者、プロデューサーの中にヒューズ・ラッド、シルビア・チェイス、ジョン・ローレンス、バリー・セラ

フィンらのスター記者、ベテラン・プロデューサーのリチャード・カプランらがいたことも、業界の大きな話題になった。

ABC「ワールドニュース」

一九七八年、ABCはイブニングニュースのフォーマットを全面的にあらためるとともに、番組の名前も「ワールドニュース・トゥナイト」(“ABC World News Tonight”)に変更した。

「ワールドニュース」はあらゆる意味で、アメリカのテレビニュースの新種であった。それまではネットワークのニュースと言えば、ニューヨークにアンカーを置くのが普通であった。複数アンカー制の場合にはワシントンにもアンカーを置くことがあったが、この場合でも、メインのアンカーはニューヨークに置いていたのである。

ところが、「ワールドニュース」はニューヨークにアンカーを置かず、ワシントン(フランク・レイノルズ)、シカゴ(マックス・ロビンソン)、ロンドン(ピーター・ジェニングス)の三つの都市にアンカーを置いたのである。

アンカーをシカゴに置いたのは、言うならば、「ワールドニュース」の目玉商品であった。「60分」の項でもふれたように、ネットワークのニュース取材は、それまで、長い間ニューヨークとワシントンに力点が置かれていたのである。新たに発足した「ワールドニュース」がシカゴにアンカーを置いたのは、ニュース取材で長年続いた東部中心主義からの脱却をABCがねらっていることを示すものであった。

ロンドンにアンカーを置いたのも新機軸であったが、これは通信衛星の利用が、ごく日常的になってきたことと大いに関係がある。

通信衛星を利用した最初の米欧間国際テレビ中継が行われたのは一九六二年七月である。この時使われたのは移動衛星の「テルスターI号」であった。三年後の六五年四月に、初の商用通信衛星「インテルサットI号」が打ち上げられて、大西洋上の静止軌道に乗ったが、当時は通信衛星をテレビ中継に使うこと自体がニュースになるほどで、日常の利用からは、ほど遠い状況だった。通信衛星を利用した国際間のテレビ中継が盛んになったのは、七〇年代後半以降になってからである。ABCの

「ワールドニュース」が、ロンドンにアンカーを置いたのも、それだけ衛星の利用がひんぱんになり、経費も安くなったからである。

このように、ABCの「ワールドニュース」は、数々の新しい試みを盛り込んだ、まことに意欲的なものであった。問題は、これだけのことを、限られた時間で処理しなければならなかったことである。

三〇分のイブニングニュースの中には、当然のことながらCMタイムがある。開始、終了のテーマ音楽の時間もある。いずれも、番組の実施のために欠かせない要素ではあるが、ニュースの内容とは直接の関係がない。これに約八分かかる。したがって、ニュースの正味の時間は二二分となる。

二二分間で内外の主なニュースを伝えるというのは、容易なことではない。これは、ABCだけでなく、CBSもNBCも同様に二二分間の制約を受けているが、ABCの場合は、アンカーが三人という、他にはない特別な状況がある。

「ワールドニュース」では、一回の放送のアンカーの顔出しが、三人分を合計すると一〇回以上になる。アンカーの顔出しが、これだけ多く

表3 ニューヨーク直営テレビ局の編成
(月曜～金曜 18:00～21:00)

□ = ローカル番組

	WABC-TV	WCBS-TV	WNBC-TV
18:00	ローカルニュース		
18:30	ローカルニュース	ローカルニュース	ローカルニュース
19:00	全国ニュース		
19:30	JEOPARDY	全国ニュース	全国ニュース
19:30	HOLLYWOOD SQUARES	WHEEL OF FORTUNE	シンジケート番組
20:00	プライムタイム番組		
20:30			
21:00			

注:ABCの全国ニュースの番組名は“ABC World News Tonight”。“Jeopardy”と“Hollywood Squares”は、いずれもクイズ番組。CBSの全国ニュースの番組名は“CBS Evening News”。“Wheel of Fortune”はクイズ番組。NBCの全国ニュースの番組名は“NBC Nightly News”。NBCの19:30～20:00の番組は曜日により異なる。3局とも20:00以降はネットワークのプライムタイム番組を放送している。

(資料:“TV Guide”ほか)

テレビ界の経営環境の厳しさの一端を物語るものであろう。

さらに、今年に入って、WCBSも時間帯の繰り上げを検討中と伝えられたが、これには本社の報道部門が強く反対し、現在までのところ、変更は行われていない。

今年九月の新シーズン開始時点における、ニューヨークの直営三局のイブニングニュース、および前後の番組の編成状況は別表に示すとおりである(表3参照)。

表からも明らかのように、ネットワークのイブニングニュースは、前後をローカル番組に囲まれている。

このうち、七時三〇分から八時まで、FCC規則(プライムタイム・アクセス・ルール)により、各局はローカル番組を放送するように義務付けられており、ネットワーク番組を放送することができない。FCCのこの規則は全米の上位一〇〇市場に適用されている。

イブニングニュースに隣接する、前の時間帯ではローカルニュースを放送する局が多い。大都市を中心にローカルニュースの競争が激しく、視聴率も高く、したがってかなりの利益をあげる局が多いことも、最近の特徴である。

イブニングニュース 放送時間拡大の沿革

CBSネットワークが、週五日のイブニングニュース(「ダグラス・エドワーズ・ニュース」)の放送を始めたのは一九四八年である。月曜日の夜七時三〇分から七時四十五分まで一五分間の放送だった。

翌四九年二月にNBCも一五分間のイブニングニュース「キャメル・ニュース・キャラバン」(月曜日の夜七時四十五分～八時)を始めた。

一九六三年九月二日、CBSは、それまでの一五分ニュースを一挙に倍の三〇分に拡大した。一週間後にNBCもこれにならった。四年後の一九六七年一月ABCのイブニングニュースも三〇分になった。

イブニングニュースの視聴率は、六〇年代の一時、NBCの「ハントリール」ブリンクリン・リポート」がリードしたことがあるが、その後は「CBSイブニングニュース」の一位が長く続いた。CBSに続いて二位がNBC、三位がABCというのも、長く続いたパターンであった。この順位はプライムタイムの視聴率競争と同じである。

プライムタイムの視聴率競争では五〇年代の半ばからCBSの優位が長く続いた。二位がNBC、三位がABCという順位も、二〇年間固定していたのである。

長く続いたこのパターンが崩れたのは、七〇年代の半ばを過ぎてからである。それまで、万年最下位だったABCが、七六～七七年シーズンのプライムタイム視聴率競争で一位になったのである。

ABCニュースの 引き抜き作戦

プライムタイム視聴率競争で一位になったABCがあげた利益は莫大なものであった。ABCの育ての親であるゴールデンソン会長(当時)は、これをもとにして、かねてからの懸案だった、ニュース、報道番組の拡充、強化に乗り出した。

ABCの報道強化作戦を直接指揮したのは、七七年にABCニュース社長になったルーン・アリスツである。スポーツ・プロデューサーの出身であるアリスツが、この時に打った手は、ライバルから、優秀な記者、プロデューサーを引き抜くというものであった。

味わるフルコースとするならば、「60分」はヒューイット・ハンバート・ガーとも言えるインスタント食品だ、というような手きびしい批判もある。

「60分」はこれまでに何回も新聞や雑誌の取材対象になっているし、「60分」をテーマにした単行本も何冊か出ている。その中では、八〇年六月にロサンゼルス・タイムズに掲載された記事が、筆者にはいちばん参考になった。

この記事は、デビッド・ショー記者の執筆になるもので、六月一日と一日の二日間わたる長文のものである。

この記事を書くためにショー記者は、一か月以上をかけて取材したという。彼がインタビュした相手は制作責任者のヒューイット、リポーター、プロデューサーなど、番組の制作スタッフのほか、番組の取材を受けた人びとや番組の視聴者におよんだ。ネットワークやローカル局の経営者、プロデューサーの話も聞いた。また、視聴したカセット、検討した放送台本の数は二〇〇本近くにはあったという。

このように、入念な作業を行ったうえで得られた結論は、「60分」は

アメリカのテレビ史上、最も影響力があり、最もインフォーマティブで、最もよく作られた、定時報道番組である、というものであった。

「60分」に関する単行本を書いたアクセル・マドセンも、やはり同様の見解を述べている。番組への批判は絶えないが、この番組は「プライムタイムで最もインフォーマティブであり、最もエンタテインングな情報番組である」というのが、マドセンの結論である。「60分」について、おそらく最も入念に、時間をかけて調査したであろう二人が、いずれもトータルとしての「60分」に対してポジティブな評価をしていることは注目してよい。もっとも、「60分」の放送は、今年の九月から始まった八七〜八八年シーズンも、引き続き行われているのだから、これまでの評価は、厳密に言えば、あくまでも過渡的なものである。番組の評価が定まるのは、「60分」の放送終了後のことである。それがいつになるかは、最終的には番組の視聴者が決めることであり、現時点ではおそらくエクゼグティブ・プロデューサーのヒューイット自身にも、よく分からないであろう。

事例研究 2 イブニングニュース 現状と課題

ニューヨークにおける イブニングニュース

現在三大ネットワーク（ABC、CBS、NBC）が放送している定時ニュースの中で、伝統的にネットワークが最も力を入れているのは、毎週月曜〜金曜の夕方に放送される三〇分のニュース（以下イブニングニュースという）である。

ネットワークは、このイブニングニュースに、各社最高のアンカーを起用するとともに、優秀なスタッフを大量に投入している。

イブニングニュースのアンカーはネットワークを代表する顔である。現在プライムタイムの視聴率競争で首位を行くNBCの最大の稼ぎ頭はコメデイの「コスビー・ショー」であり、九月に始まった八七〜八八年シーズンの「コスビー」のスポンサー料金は三〇秒で四万ドルの高値がついたという。これに対して、イブニングニュースの三〇秒スポンサーは一〇万ドル以下であるが、それでも

やはり、NBCの顔はコスビーではなく、アンカーのトム・ブローナーなのである。

イブニングニュースの放送時間帯は、それを受ける加盟局の自主的な判断にまかされており、統一されているわけではない。ネットワークの本社があるニューヨークにおいてもWCBS-TV（CBS直営局）とWNBC-TV（NBC直営局）は午後七時からの放送であるが、WBCTV（ABC直営局）は三〇分早い六時半から放送している。

ニューヨークでは長年の間、三局ともイブニングニュースを午後七時から放送していた。WABCが放送時間を三〇分早めたのは昨年（八六年）一二月である。現在、WABCは、WCBS、WNBCのニュースの裏では、クイズを放送している。

ネットワークニュースの裏番組にクイズを持つてくる、カウンター・プログラミングは、もともと独立局の得意とするところだった。非力の独立局としては、このように、なりふり構わぬ編成をしなければ、生き残れないのである。ネットワークの本部のあるニューヨークで、直営局が、カウンター・プログラミングに踏み切ったことは、最近のアメリカ

を中心に描くことが重要だというのである。彼自身の言葉を借りれば、「60分」が取り上げるのは「people story」なのである。

彼は編集ずみのフィルムを見て、しばしば最後の手直しを指示する。その際、彼が判断の基準にしているのは「むだのない編集、快適なテンポ」(tightly edited, fast moving stories)で番組が制作されているかどうか、ということである。

「試写室で評判がよくても、それが茶の間でもよい、ということにはならない。家庭では番組を見ている時に客が来ることもある。犬がほえたり、よそから電話がかかってくることもあるだろう。他チャンネルのバスケットの試合だけがライバルではないのである。プロデューサーの中には、自分が取材したものに限りなく執着し、本来ならば落とすべきむだなカットを、ぜひ生かすべきだと主張するものがある。これでは、番組がひとりよがりなものになり、視聴者にそっぽを向かれてしまう。彼は誰のために番組を作ったのか。取材者は番組を見たいのであって、取材の苦労話などにはまるで関心がない。ひとりよがりな編集をやめて、快適なテンポで話を進めなければ、

視聴者にあきらまれてしまうだろう。」ヒューイットは、日頃からスタッフにこう言っているという。

「60分」で取り上げるテーマは、何か新しいことを伝えることができるか、そのテーマが全国的な広がりを持つものであるか、ということが基本条件である。もちろん、それは「簡潔、かつ明快な」(simple and concrete)映像により、問題の核心を提示できるものに限られる。問題の核心を映像で提示できない場合、さらに、問題にかかわる主要人物の話が聞けない場合には、その問題は番組に取り上げないというのが基本原則である。

七〇名のスタッフを率いるヒューイットは制作責任者としての考えを徹底するために、何回も「会議」(conference)を開く。これを彼は廊下などで立ててやることが多い。スタッフはこれを「confrontation」(対決)と呼ぶ。それほど互いのやりとりが激しいということなのである。「長々と打合せをしていると、番組そのものが打合せのようになってくる」とヒューイットは言うのである。

最近話題のニューメディアについても、ヒューイットの考えはまこと

に明快である。彼はCATVや衛星などの新しいテクノロジーが、番組の伝送手段において革新的な役割を果たすものであることを認めたい。で、番組制作者はそれに振り回されてはならないと、次のように言う。

「伝送手段の革新は、例えば新聞記者にとって、新たに便利なタイプライターが開発されたようなものであり、それを使えば特種が取れるというわけではない。視聴者は自分の見ている番組が衛星を通じて伝送されているとか、同軸ケーブルを通じてくるとかいうことには、それほど関心がない。視聴者にとって、最大の関心事は、番組がもしろいか、どうかということである。つまり、すぐれた番組を制作する力のある者にとって、ニューメディアは少しもこわがる必要はないのである。」

賛否両論の「60分」

かつて「60分」が低視聴率にあえていた時、多くの評論家は、このマガジン番組に好意的だった。現に「60分」はこの時期に多くの賞を受けている。

しかし、プライムタイムの視聴率競争で一位になって以来、「60分」

は、厳しい批判にさらされるようになった。偏見、曲解、無責任、センセーショナルリズム、表面的といった言葉は、今や「60分」にはつきものである。「プライバシーを侵犯している」「取材対象者の受けた痛みをよそに、番組のスタッフは混乱した現場をさっさと去って行く」などの批判も少なくない。

「60分」はカメラによる発掘報道が可能であることを示した、と評価する向きがある一方では、「若いPDがすべての問題は一分四分でかたづけと思ったらテレビの将来はたいへんなことになる」と心配するCBSの元プロデューサーもいる。「60分」のような優秀なスタッフも予算もないローカルテレビ局で四分のミニ・ドキュメンタリーや、九〇秒のスペシャル・リポートが出てきているのは「よい傾向とは言えない」とこの元プロデューサーは言うのである。

マガジン番組「60分」の成功で、一時間のドキュメンタリーがネットワーク番組の中から、なくなりつつあることを危惧する向きも多い。

PBS(公共テレビのネットワーク)の報道番組「マクニール/レーラー・ニュースアワー」や「ビル・モイヤーズ・リポート」がたっぷり

報道担当官を経て、七八年CBSに入り、ワシントン支局記者、CBSモーニング・ニュースのアンカーをつとめた。

ダイアン・ソイヤーが参加して、「60分」のリポーターは合計五人になった。この五人のチームが、今日まで続いている。

「60分」の構成と制作

「60分」を企画したヒューイットが、写真週刊誌「ライフ」のテレビ版を目ざした、ということはずで述べたとおりである。現に「60分」は目次で始まる。ここでその日に放送される項目(Story)のさわりの部分が、順次紹介される。

オープニングには、番組の主役であるリポーターも順次顔出しする。エグゼクティブ・プロデューサーのヒューイットによれば、リポーターの仕事は、まず視聴者を現場に案内することにあるのであり、その意味でもオープニングの顔出しは重要なポイントだというのである。

番組の進行中に、時計のアップが繰り返され、番組の残り時間を知らせる。終わりに投書欄があるのも、雑誌と同じスタイルをねらった

ものであろう。視聴者からの投書を読むのは、もちろんリポーターである。続いてもう一度時計のアップがあり、エンドマークが出る。

「60分」が一回の放送で取り上げる項目は三つである。内訳は、発掘報道またはハードニュースが一本、インタビュ、またはプロフィールが一本、ヒューマン・インタレスト、エッセイ、または紀行ものが一本となっている。

第一のジャンルでは内外の政治、および政治家の動向がしばしば取り上げられる。第二のジャンルでは、芸術家やスポーツ選手など、マス・アピールのある個人のプロフィールが紹介される。第三のジャンルでは、見本市、新しい発明、ショッピング情報、海外紀行などのほか、身近な生活情報を紹介されることもある。要するに「60分」はさまざまな話題を取り上げる。発行部数の多い雑誌が、多数の読者にインタレストを持ってもらえそうな話題をできるだけ広範囲に取り上げているのと、これは同様である。

「60分」の各項目の長さは一三分から一四分。CMは項目と項目の間に入る。ひとつの項目がCMで中断されることはない。それまで一時間

のドキュメンタリーの場合は、番組の間に切れ目を作ってCMを入れている。この点が大きな違いである。

アメリカのCMにはハードセル・タイプのものが多い。これにより、CMによって番組の流れが中断されるという感じを視聴者が持つことがしばしばある。「60分」では項目と項目の間にCMタイムがあるので、番組がCMで中断されるとい感じはなくなった。これは、項目を短くすることによって得られたメリットである(項目によっては、時間が十分でないという批判も、もちろんある。これについては後述する)。

「60分」はCBSニュースの制作である。これまでのネットワークのニュースや報道番組の編集方針は、ワシントンとニューヨークの取材に力点が置かれていた。これに対して「60分」は米国内各地のニュースをまめに追っている。しかも、地方の話題も同様に一四分にまとめられるので、結果的に、視聴者は「60分」の話題がワシントンやニューヨーク中心ではないという印象を持つようになる。ローカルのコミュニティ意識が、殊のほかつよいといわれるアメリカの社会では、こうした配慮は、特に重要なのであろう。

再びヒューイットについて

「60分」のエグゼクティブ・プロデューサー、ドン・ヒューイットは今年六五歳になる。はじめに述べたように、CBSに入ってから、これまで四〇年間、報道の現場ひと筋でやってきた。CBSニュースの現場の「ドン」と言うよりも、アメリカのテレビ報道界の「ドン」とも言うべき存在である。

ヒューイットは「60分」の生みの親であり、育ての親でもある。番組の開発を命じられたのが一九六六年だから、すでに二〇年以上「60分」を担当していることになる。

これまでに筆者はヒューイットに何回か会い、「60分」について話を聞く機会があった。その時の感想を言えば、番組の企画、取材、編集、放送のすべての局面にわたって、彼の話は具体的かつ、明快だった、ということである。

「番組で取り上げるのは観念や問題(Ideas and issues)ではない。ひと(People)である」というのがヒューイットのモットーである。つまり、観念や問題を生のまま扱うのではなく、それと関連のある人間

にリーズナーが去ると、彼の後任としてモーリー・セイファ（写真）が新しく参加した。

モーリー・セイファは一九三二年カナダのトロントに生まれた。CBC（カナダ放送協会）の記者を経てCBSに入り、サイゴン支局長（六五～六七）になった。ベトナム戦争の傑出した報道で認められ、六七年ロンドン支局の先任記者になった。リーズナーの後任として、「60分」のリポーターになったのは七〇年である。



モーリー・セイファ

モーリー・セイファについて言うならば、「知性派」という言葉が、彼の場合には、おそらく最も適しているであろう。リーズナーが去った後も、したがって「動」（マイク）と「静」（モーリー）のリポーターのコンビが引き続き「60分」を切り回して行くことになったのである。マイクとモーリーの二人リポーター

制は七五年まで続いた。

七五年二月「60分」は、日曜の夜七時からの放送となった。この時新たにリポーターとして番組に参加したのが、後にクロンカイトの後任として、CBSイブニングニュースのアンカーとなったダン・ラザーである。



「60分」のリポーター（1980年）
（後方はダン・ラザー）

ダン・ラザーは一九三一年テキサス州ファートンに生まれた。六三年CBSダラス支局の記者時代にケネディ大統領暗殺の報道で認められ、ホワイトハウス担当記者になった。ウォーターゲート事件における彼の果敢な報道は有名である。「60分」のリポーターになったのは、七五年一〇月である。

ダン・ラザーの参加に続いて七八年にはリーズナーが再び「60分」に加わり、番組のリポーターは計四人になった（写真）。この四人の時代に、「60分」は黄金時代を迎える。

ライバルのネットワークの報道番組プロデューサーは、羨望をまじえて四人を「ヒューイットのエンゼル」と呼んだ。

折からウォーターゲート事件を描いた、ロバート・レッドフォードとダスティン・ホフマン主演の劇映画「All the President's Men」（大統領の陰謀）が大きな話題になっていた時期であった。これを見て、ヒューイットは「俳優が記者に扮した映画がヒットする時代なのだから、魅力のある本物の記者が、記者に扮した番組がヒットしないわけがない」と言ったものである。ヒューイットにとって「60分」は、「マイク・モーリー・ダン・アンド・ハリーが挑戦するアドベンチャー」であった。

八一年三月、ダン・ラザーがイブニングニュースのアンカーになるために「60分」を去った。彼の後任に選ばれたのが、エド・ブラッドレー（写真）である。

エド・ブラッドレーはペンシルバニア州に生まれた。ローカルラジオ局の記者、ニューヨークのWCBSラジオの記者を経てCBSニュースに入り、サイゴン支局、ワシントン支局、ホワイトハウス記者、日曜夜のニュースのアンカーなどをつとめ

た。七八～八一年はCBSリポートの記者として、「ポートピュブル」



エド・ブラッドレー

「アメリカにおける黒人」「アメリカの防衛」などの制作に参加した。「60分」のリポーターになったのは一九八一年三月である。

「マイク・ハリー・モーリー・アンド・エド」の四人のチームに、初の女性リポーターとしてダイアン・ソイヤー（写真）が参加したのは、八四年である。



ダイアン・ソイヤー

ダイアン・ソイヤーは一九四五年ケンタッキー州グラスゴーに生まれた。フリーの記者、ニクソン政権の

をはじめとする「60分」のスタッフは、低視聴率という試験に立ち向かわなければならなかった。

低視聴率の七年間

最初の三年間、「60分」は一時間のドキュメンタリー「CBS ニュースアワー」と交互の放送であった。最初から「60分」は評論家の受けがよかったが、視聴率の方は最初から低迷状態が続いた。

当時、CBSはプライムタイムの視聴率競争で常に一位に立っていたが、「60分」が放送される火曜の夜一〇時台は別だった。ほかの時間帯ではCBSに大きく水をあけられていたABCネットワークは、これに目をつけた。ABCは六九年九月に始まった六九〜七〇年シーズンに、新番組「ドクター・ウェルビー」を「60分」の裏番組に持ってきたのである。

ABCは当初からこの医師ドラマに自信を持っていたが、念のために安全を期して火曜の夜一〇時に編成したのであった。同じ時間帯には、NBCも月一回のペースで報道番組「第一火曜日」(First Tuesday)を放送していた。裏番組によって番組

の視聴率が相当に左右されるというのは常識である。火曜の夜一〇時台を選ぶことにより、「ウェルビー」のヒットはシーズン開始前から保証されていたようなものであり、現に番組は大ヒットしたのである。業界では、「60分」は「ウェルビー」をヒットさせた功労者といわれた。

低視聴率の「60分」は、CBSの部内や加盟局の間で、すこぶる評判が悪かった。ヒューイット自身も、番組の存続に不安を持った。視聴率不振の番組は、シーズン中でも放送が打ち切られることは、業界の常識だったからである。

その中であってCBSニュースのサラント社長とレナード副社長は、「60分」を存続させるべきだと考えていた。ふたりは本社の重役の間を回って「60分」を引き続き放送するための支持を取りつけるとともに、番組内容の充実のために必要な予算をつけることに成功した。おかげでCBSニュースの優秀なスタッフが相次いで「60分」の制作に参加するようになった。これが、後の飛躍のための大きなバネになった。

すでに述べたように、「60分」は七五年一二月に現行の時間帯(日曜夜七時〜八時)に移ってから視聴率

が上向きになった。七七年以後は、一〇年間連続で視聴率トップテンに入っている。

問題はそれまでの七年間である。

低視聴率が続いた七年間、CBSの編成サイドで「60分」をキャンセルする機会は何回もあった。それにもかかわらず、CBSがこの低視聴率番組をキャンセルしなかったのは、いくつもの要因が考えられる。さきに述べたように、サラントとレナードが、本社の重役の間を回って番組存続のためにロビー活動を展開したことも、もちろん、効果があったであろう。「60分」が評論家の間で、すこぶる評判がよいこと、放送開始以後数年間にピーボディ賞、エミー賞などを連続して受賞したことも、番組の存続を訴える際の材料として大いに役に立ったであろう。

当時、CBSに十分な財政的余裕があったことも、何年も低視聴率が続きながら、「60分」が生き残った重要な要因と言えるであろう。

プライムタイムの視聴率競争で、勝者が得る利益はたいへんなものである。そのプライムタイムにおいてCBSは五〇年代半ばから約二〇年間首位を独走した。この間CBSがあげた利益は莫大なものであった。

ペイリー会長自身、CBSを「テレビ界のティファニー」と呼んだほどである。それだけ大きな利益をあげていたからこそ、エド・マロー以来の報道のCBSの伝統を守る余裕が生まれたとも言えるのである。

「長い間かかっていいものを作る努力を積み重ねて行けば、視聴者の方も、いつかは番組を見つけて出してくれる。」「60分」のリポーター、モリー・セイファの言葉である。多くの視聴者にアピールする内容をもつ番組であっても、放送開始早々にヒットするとは限らない。要は、番組の持つ魅力がオーディエンスに浸透して行くまでの長い赤字の期間を、テレビ局がどれだけ我慢できるかということであろう。

「60分」がプライムタイムで成功した最大の理由は、CBSがそれをキャンセルしなかったことである、と言った評論家がいる。ポイントをついた発言と言うべきであろう。

モリー、エド、そして、ダイアン

リーズナーとウォーレスでスタートした番組のリポーター陣にも、その後、変動があった。七四年一月

市に生まれた。地方新聞の演劇担当記者をふり出しに、ラジオ局記者、テレビ局の報道部長を経て、五六年CBSに入り、数多くの報道番組を手がけた。当時、CBS部内では、クロンカイトの第一の後継者候補としてリーズナーの名をあげるものが多かったという。

リーズナーは六八年に開始された「60分」の第一回から参加したが、その後七〇年にABCに転じ、ABCイブニング・ニュースのアンカーを八年間つとめた。七八年CBSに戻り、再び「60分」のリポーターとなった。

現在のアメリカテレビ報道界有数の書き手として知られるリーズナーは、同時に視聴者に最も信頼されているジャーナリストの一人である。現に八二年に雑誌「テレビガイド」が行った視聴者の信頼度調査では、五六名を獲得して第一位になった。同誌によれば、視聴者はリーズナーが都会風に洗練された態度と中西部のコモンセンスの双方を兼ね備えているところに魅力を感じ、かつ信頼を寄せているという。

はじめヒューイットはリーズナーが一人でプライムタイムの一時間を切り回すことを考えたという。この

案は、しかしCBSニュース部内でも疑問視する向きが多かった。

次に出てきたのは、リポーターを複数にするという案であった。こうして、リーズナーと並ぶベテランのマイク・ウォーレス(写真)が起用された。

結論から先に言えば、この人選がよかった。リーズナーは温和な語り口で親しまれている。マイクの方はタフ・インタビューアとして、つとに有名であった。いわば、「静」と「動」の、対照的な二人のベテラン記者を番組のリポーターに起用したわけで、これが番組の魅力を大いに高めることになったのである。



マイク・ウォーレス

マイク・ウォーレスは一九一八年マサチューセッツ州ブルックラインに生まれた。ローカルのラジオ局をふり出しに、テレビ初期にはクイズ番組の司会者として人気があった。五〇年代再び記者生活に戻った彼

は、ニューヨークのローカル番組「ナイトビート」(Nightbeat)のレギュラーになった。この番組は、当時としては型破りのマイクの攻撃的インタビューによって、ローカル番組ながら、大変な評判になった。それまでは、テレビのインタビューと言えば、予め用意された質問事項を型通りに順番に聞いて行くというやり方が主流だった。

マイクの聞き方は、しかし、それとは打って変わって、突っ込むべきところは遠慮なく突っ込み、問題を徹底的に掘り下げて行く、というものであった。こうして、彼はテレビのインタビューのスタイルを一変させたのである。

インタビューアとしてのマイクの資質に着目したABCテレビは、彼をホストにした新番組を企画した。一九五七年四月から始まったABCネットワークのプライムタイム番組「マイク・ウォーレス・インタビューズ」(Mike Wallace Interviews)は五八年九月まで日曜の夜一〇時〜一〇時三〇分に放送された。これにより、マイクの攻撃的インタビューが全国的人気を獲得するとともに、広くアメリカのテレビ界に普及して行ったのである。

六三年CBSに入ったマイクは、朝のニュース、昼のニュースのアンカーをつとめた後、六八年「60分」のリポーターとなり、今日に至っている。

マイク・ウォーレスの攻撃的インタビューは「60分」においても遺憾なく発揮され、それが番組の特色である「発掘報道」(Investigative report)の内容の充実に大いに寄与していることは言うまでもない。

リーズナーとウォーレスという、アメリカテレビ界を代表する二人の記者をリポーターにして、「60分」は六八年九月二四日(火)に第一回の放送を実施した。午後一〇時に始まった番組の初めにカメラに向かったハリー・リーズナーは次のように番組のねらいを説明した。

"This is 60 Minutes. It's a kind of magazine for television, which means it has the flexibility and diversity of a magazine adapted to broadcast journalism."

「60分」の第一回の放送についてニューヨークタイムスは、「新しいタイプの報道マガジン番組。以前からテレビに求められていたもの」と評した。しかし、批評と視聴率は別物だった。この日からヒューイット

広げて、もっと掘り下げた報道をすべきであるという声は現場を中心に高かったが、これには加盟局が強く反対した。

ネットワークの中には、プライムタイムに一時間の報道ドキュメンタリーの枠を設けているところがあったが、この番組の視聴率が低かったことはすでに述べたとおりである。

レナードは、夕方の全国ニュースと一時間のプライムタイム報道番組の間をつなぐような、新しいタイプの報道番組の開発が必要だ、と考えた。新しい報道番組は、ヘッドライン・サービスを余儀なくされている、イブニング・ニュースとは異なり、時間をかけて掘り下げた報道を行うこと、さらに、おしなべて視聴率の低い従来の一時間番組とは異なり、高い視聴率をあげること、の二つの条件をみたさなければならない、とされた。レナードは、新番組開発プロジェクトのリーダーとしてドン・ヒューイットを選んだ。一九六六年のことである。

新番組の基本コンセプト

新番組の開発を命じられたヒューイットは、それまでにネットワーク

が放送したドキュメンタリーの研究から始めた。どの番組も、テーマ、放送日、放送時刻に関係なく一様に低視聴率であった。それを試写室でみたヒューイットは、よくできたといわれるドキュメンタリーも、見ていて心を動かされることがすくないことを発見した。ドキュメンタリーの視聴率が低いのは、それを見ようとしないうちに視聴者が悪いのではなく、むしろ制作側にこそ問題があるのではないか。多くのアメリカの視聴者にとって、ドキュメンタリー番組はつまらないものなのだ、という認識を制作者側がまず持つべきである、というのが、ヒューイットの結論であった。

多数のドキュメンタリーを視聴して、ヒューイットが感じたことは、一時間の枠を取りながら、実際にはそれだけの長さが必要だと思われるものは、ほとんどないということであった。ここから、一時間を三つのブロックに分ける、マガジン番組の構想が生まれた。これが「60分」の基本フォーマットになった。

当時、カナダにはマガジンタイプの報道番組があることは、アメリカのテレビ界でもよく知られていた。しかし、ヒューイット自身は、それ

よりも、ニュース週刊誌「ライフ」に学ぶところがきわめて多かったという。このすぐれた写真週刊誌は、常に「ひと」(people)に焦点を合わせていた。それが第二次大戦前後の「ライフ」の隆盛につながったと、ヒューイットは考えた。

ところが、ネットワークで放送される報道ドキュメンタリーの中にはカメラクルーが現場取材し、スタジオにいる記者が原稿を読むというものが多い。記者が現場に行かなければ、よいリポートができるはずがない、というのがヒューイットの考えであった。

彼は、新番組はスタジオにホストを置かないことにした。リポーターは、常に外に出て自分の足で取材しなければならぬ。空母を取材する時、リポーターは甲板の上に立ち、彼の後ろにジェット機が轟音とともに走り抜けて行くシーンがなければならぬ。テニス選手のプロフィールを描く時は、リポーターは、ネットの向こう側にいるプロにボールを打ち返さなければならない。これが、ヒューイットの方針であった。

リポーターを番組の中心にすることを、ヒューイットは最初から考えていたようだ。視聴者は、自分が

聞きたいと思っていたことを、リポーターが聞いてくれた時に一体感を持つものである、というのがヒューイットの持論であった。これは彼がマローの「シー・イット・ナウ」を手伝っていた時に、実際に感得したものであった。

ハリー・リーズナーとマイク・ウォーレス

リポーターが新番組の主役になる以上、その人選が番組の成否のカギを握ることになるのは当然である。リポーターが実力と魅力の双方とも兼ね備えていなければ、番組の成功はおぼつかない。

新番組のリポーター候補として、ヒューイットが真っ先に白羽の矢を立てたのはベテラン記者のハリー・リーズナー(写真)であった。



ハリー・リーズナー

彼は一九二三年アイオワ州ダコタ

に起きたクイズスキャンダルで議会に呼び出されたネットワークの首脳が、失われた信頼を回復する手段として報道番組の強化を約束したからである。

こうして登場したプライムタイムの報道番組であるが、視聴率は四％前後というのがやっとだった。当時は、三大ネットワークのプライムタイム番組でスポンサーをひきつけるためには二〇％はとらなくてはならなかったのである。

ネットワークの報道番組は加盟局の間でも歓迎されなかった。新シーズン編成でネットワーク側が新たに報道番組を編成しても、はじめからネット受けを拒否する局があった。ネットワークの報道番組の代わりにシンジケートが提供する娯楽番組を購入してローカルCMをつけた方がはるかに利益があがるというのが、加盟局側の言い分であった。中には新シーズン開始の時点で、加盟局の三〇％近くが報道番組のネット受けを拒否するというケースもあった。ネット受けを拒否する加盟局の数が増えれば、その分だけ全国視聴率は低くなる。もともと、報道番組はロイヤルオーディエンスが少なく、そのうえに、番組のスタートの時点

でハンディキャップを負わされるのだから、これでは視聴率競争で娯楽番組に太刀打ちするなどということとはとても出来ない相談である。

報道番組は、広告主の受けもよくなかった。ネットワーク番組の主要な広告主は、言うまでもなく大企業である。大企業がネットワーク番組に高い料金を支払ってCMを出すのは、自社のメッセージが、番組を通じて広く全米の視聴者に伝えられるからである。それではなければ、高い料金を支払う意味がないのである。

加盟局の三〇％にネット受けを拒否されることがある報道番組にCMを出すよりも、全加盟局が間違いなくネット受けをしてくれる、人気娯楽番組にCMを出す方が効率的なことは言うまでもない。これは、番組を制作するネットワークにも共通する論理であった。

ネットワーク側が報道番組を敬遠しがちになる理由はほかにもある。一般的に、報道番組の制作費は娯楽番組より安い、テーマによっては後刻、広告主や利害関係者との間にトラブルを起こすこともある。裁判になれば追加の費用も必要である。しかし、すぐれた報道番組が容易には生まれない最大の原因は「放送

会社が、視聴者にこたえるよりも、株主や広告主、加盟局だけでなく、免許の発行人である連邦政府に先にこたえなければならぬ」(A・マドセン)という、業界の構造にあるのかもしれない。

アメリカのテレビの初期にあたる一九五〇年代にはテレビ史にのこる名作、問題作が、番組のジャンルを問わず放送された。ドラマ部門ではチャエフスキーの「マーティ」(五年)、独身送別会(五五年)をはじめ、数々の力作が放送され、五〇年代はテレビドラマの黄金時代と言われた。報道部門ではCBSのエド・マロー、フレッド・フレンドリー制作の「シー・イット・ナウ」が、当時アメリカ全土に吹き荒れていた赤狩りのマッカーシズムと対決した。

六〇年代に入って、テレビの普及の進展に伴い、それまでのシリアスドラマに代わって、ハリウッド製の西部劇や刑事ドラマが視聴者の人気をあつめた。報道番組も、マロー・フレンドリーのような勇気ある対決の時代は去り、内容も「だんだんあたりのやわらかなものになって行った」(S・フレイクマン)。

ネットワーク内部にも、もちろん

こうした状況を何とか打開しなければならぬと考える人は多かった。

後にCBSニュース社長になるウィリアム・レナードもそのうちの一人だった。一九四六年CBSに入った彼は、はじめラジオの仕事をしていて、五九年にテレビに移り、報道番組「CBSリポート」のプロデューサー、ライター、ナレーターなどをつとめた後、六四年には報道番組全般の企画責任者になった。

レナードはCBSネットワークの報道番組に何か欠けていると日頃から考えていたという。当時CBSでは毎週月曜・金曜の夜七時に全国ニュースを三〇分間放送していた。アンカーは、CBSの顔といわれたクロンカイトで、三〇分間にその日の内外の主なニュースを伝えることを目的としていた。しかし、CMやオープニングの時間を除いた、正味二二分間にその日のニュースを細大もらさず伝えることは、まず不可能であった。どうしても、各項目の時間が短くなる。クロンカイト自身が言うように「映像によるヘッドライン・サービス」(picture headline service)にならざるを得ない。

年間を通して一〇％前後の視聴率をあげる、この全国ニュースの枠を

ことが多かった。「60分」の場合は平均値をかなり下回っていたので、プロデューサーのヒューイットは、番組が打ち切られることを、何回も覚悟したという。

すでに述べたように、「60分」が現在の日曜夜七時～八時の時間帯に移されたのは七五年一月である。結果的にはこれがあたった。その後視聴率は年々上向きになり、七九～八〇年シーズンには、通算視聴率が二八・四％をあげ、プライムタイムの視聴率競争で娯楽番組を押さえて一位になった。報道番組がプライムタイムを制覇したのは、アメリカのテレビ史上、初めてのことである。その後も引き続き好調で、三年後の八二～八三年シーズンには再び一位になったのをはじめ、一〇年連続で視聴率トップテンに入っている（表2参照）。

番組の視聴率が上がれば、それとともにCM料金も上がる。代理店によれば、「60分」の三〇秒スポットは七五年は二万七〇〇〇ドルだったが、八〇年には一七万五〇〇〇ドルにあがった。現在の三〇秒スポットの料金は、二〇万ドルといわれる。一方、CBSイブニングニュースの三〇秒スポットの料金は、六万ドル

である。CBSイブニングニュースは、ネットワーク報道の看板番組であり、アンカーのダン・ラザーは、CBSの「顔」といわれるが、この看板番組も、売り上げでは「60分」にとてもかなわないのである。

六八年に「60分」がスタートした時、CBS部内で今日の隆盛を予期したものは、ほとんどいなかったといわれる。当時、ヒューイットは、パイロット番組の制作に金をかけることができず、放送済みのフィルムを再編集して間に合わせたという話が残っている。パイロットの制作に要した費用は、ひと晩のスタジオの使用料と夜食用サンドイッチの代金一三ドル四五セントであった。

報道番組不振の背景

アメリカで商業テレビの本放送が開始されたのは、一九四一年七月である。しかし、五か月後に始まった太平洋戦争のために民生用受信機の生産が中止されたので、テレビ放送の普及も停滞した。

大戦後のテレビ・ブームで人気をあつめたのは、娯楽番組であった。ニュースや報道番組は、娯楽番組に比べると正当化するために行うパブリック・サービスであった。テレビ放送の発展期にあたる五〇年代から六〇年代にかけてローカルテレビ局の経営をまかされたのは、

ラジオ局の営業出身者が多かった。彼らの多くは、ローカルニュースをやれば赤字は必至であり、やらないですむに越したことはないが、局の免許条件になっているので、最小限のことはやらざるを得ないと考えていた。そこで、通信社が送ってくるラジオ用のチャッカー・ニュースを、アナウンサーがスタジオのカメラの前で読むという、まことに安あがり

の方法で、いわば、お茶をにごしていたのである。

ネットワークも、ニュースや報道番組への取り組みは緩慢であった。六〇年代に入って三大ネットワークがプライムタイムに報道番組を編成するようになったのは、五〇年代末

表1 「60分」の放送時間帯の推移

放送期間	放送時間帯
1968. 9～1971. 6	(火) 22:00～23:00
1971. 7～1971.12	放送休止
1972. 1～1972. 6	(日) 18:00～19:00
1972. 7～1972.12	放送休止
1973. 1～1973. 6	(日) 18:00～19:00
1973. 6～1973. 9	(金) 20:00～21:00
1973.10～1973.12	放送休止
1974. 1～1974. 6	(日) 18:00～19:00
1974. 7～1974. 9	(日) 21:30～22:30
1974. 9～1975. 6	(日) 18:00～19:00
1975. 7～1975. 9	(日) 21:30～22:30
1975.10～1975.11	放送休止
1975.12～	(日) 19:00～20:00

(資料: "Complete Directory to Prime Time Network TV Shows 1946-Present")

表2 「60分」の視聴率 (1976～1987)

シーズン	通算視聴率	順位
1976～77	21.9%	18位
1977～78	24.4%	4位
1978～79	25.5%	5位
1979～80	28.4%	1位
1980～81	27.0%	3位
1981～82	27.7%	2位
1982～83	25.5%	1位
1983～84	24.2%	2位
1984～85	22.2%	4位
1985～86	23.9%	4位
1986～87	23.3%	6位

(資料: ニールセン)

米TVニュース報道番組の現状と課題

CBSテレビ報道番組「60分」とネットワークのイブニングニュース

山口秀夫

●放送情報調査部

事例研究 1

CBSテレビの報道番組「60分」の成功とその背景

ドン・ヒューイットの受賞

RTNDAという組織がアメリカの放送界にある。RTNDAはラジオ・テレビジョン・ニュースディレクターズ・アソシエーションの略で放送ジャーナリズムの質的向上と、放送ジャーナリストの権利を擁護するために一九四六年に創設された。放送現場の第一線で活躍する報道人をはじめ、ネットワーク・ニュースのエグゼクティブ、マスコミ研究者が会員になっており、年一回の総会のほか、セミナーや研究会を定期的に開いている。

RTNDAの総会では、放送ジャーナリズムへの貢献が特に高いと認められたジャーナリストに対して、ポール・ホワイト記念賞が贈られるのが慣わしである。ポール・ホワイトはCBSニュースの生みの親であり、彼のもとから、マロー、カルテンボーン、シャイラーをはじめ、数多くのすぐれた放送ジャーナリストが輩出した。

数えて四二回目にあたる今年（八二年）のRTNDAの年次総会は、さる九月、約二七〇〇人が参加してフロリダ州オーランドで開かれた。総会の席上、名誉あるポール・ホワイト記念賞を贈られたのはCBSのベテラン・プロデューサー、ドン・ヒューイット（写真）であった。ヒューイットは一九二二年一月ニューヨーク生まれ。今年六五歳になる。新聞、通信社の記者を経て、一九四八年CBSニュースに入り、今日まで四〇年間、ニュース、報道番組の制作を続けている。アメリカのテレビ界でも代表的な報道番組のプロデューサーである。



ドン・ヒューイット

彼はテレビ初期のダグラス・エドワーズ・ニュースのプロデューサー兼ディレクター（四八～六二年）、ダグラスを引き継いだウォルター・クロンカイトのイブニングニュースのエグゼクティブ・プロデューサー

（六三～六四年）をつとめた。ケネディ、ニクソンの両大統領候補のテレビ討論「グレート・ディベート」（六〇年）の第一回番組は彼がプロデューサーだった。CBSリポートの傑作とされる「飢えるアメリカ」は彼の制作である。現在はプライムタイムの報道番組シリーズ「60分」（60 Minutes）のエグゼクティブ・プロデューサーである。

「60分」の時間帯と視聴率の推移

「60分」の第一回放送が行われたのは一九六八年九月二四日である。現在のように、日曜の午後七時からの放送になったのは七五年一月のことであるが、そこに至るまでに、「60分」の時間帯は何回も変わっている（表一参照）。

時間帯がひんばんに変わったのは期待どおりの視聴率をあげることができなかったからである。たしかに最初の数年間、「60分」は不振続きだった。当時、プライムタイム番組の視聴率の平均は一八％、シェアの平均は三〇％であった。この平均に達しない場合、その番組は放送中止となり、他の番組に差し替えられる

放送研究と調査

11月号(1987)目次 第37巻第11号

米 TV ニュース報道番組の現状と課題	山口 秀夫	2
CBSテレビ報道番組「60分」とネットワークのイブニングニュース		
〈世論調査レポート〉		
“ゆとり”の中で歴史・文化指向	奈良県民 意識調査から	高橋 正尚 17
子どもたちはどのように テレビや絵本に接しているか(2)	浅井 真慧	25
視聴率ベストテン番組・この10年	上村 修一	36
放送のことは 取材談話(シングル)の処理に工夫を ほか		42
海外の放送界／国内の放送界		46
〔調査研究ノート〕		
調査方法としてのニューメディア活用の可能性と世論調査の科学性	荒井 宏祐	54
子どもはアニメのどこに魅せられるのか —アニメ番組の内容特性を探る試み—	白石 信子	58
□文献紹介□ メディアの統合モデルと公共放送 —西部ドイツ放送法の分析—	石川 明	64
放送関係文献索引—————*		73

ことは・言葉・コトバ……35 パラボラ……74

表紙／荒田秀也

**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

☒ **BLACK BORDERS**

☐ **IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**

☐ **FADED TEXT OR DRAWING**

☐ **BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING**

☐ **SKEWED/SLANTED IMAGES**

☐ **COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS**

☒ **GRAY SCALE DOCUMENTS**

☒ **LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT**

☐ **REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY**

☐ **OTHER:** _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.